

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIELA PASSARIN

A EXPANSÃO DO CATOLICISMO MIDIÁTICO:
PADRE REGINALDO MANZOTTI E A RELIGIOSIDADE VIRTUAL NO BRASIL
(2005-2014)

CURITIBA
2014

MARIELA PASSARIN

A EXPANSÃO DO CATOLICISMO MIDIÁTICO:
PADRE REGINALDO MANZOTTI E A RELIGIOSIDADE VIRTUAL NO BRASIL
(2005-2014)

Monografia apresentada à disciplina de Estágio Supervisionado em Pesquisa Histórica, como requisito parcial à conclusão do Curso de História – Bacharelado e Licenciatura, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Karina Kosicki Bellotti

CURITIBA
2014

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Karina Kosicki Bellotti, pelo dedicado acompanhamento e essencial auxílio para a realização deste trabalho.

À minha família pelo imenso apoio, aos meus amigos e a todos os que de alguma forma contribuíram em minha jornada acadêmica.

RESUMO

A partir de um cenário religioso em transformação e diante de uma sociedade midiaticizada, a Igreja Católica se vê pressionada a modernizar sua estrutura de comunicação, intensificando a utilização da mídia de massa. Acompanhando a evolução desses meios, a evangelização católica estende-se ao ambiente digital. No Brasil, observa-se que com o advento da Internet alguns padres, configurados como midiáticos, reconstroem práticas católicas tidas como tradicionais e transformam a religiosidade no ciberespaço. Com base em uma perspectiva histórico-cultural, são analisadas nesse trabalho as relações entre o catolicismo e os meios de comunicação de massa – por meio de documentos oficiais do Vaticano que, além de expor suas divergências internas a respeito do tema, também explicitam a formação de uma relação histórico-evolutiva. Esse hibridismo entre catolicismo e mídia é representado nessa pesquisa, a partir das práticas virtualizadas de evangelização do padre Reginaldo Manzotti e da interação dos fiéis com as novas vivências do sagrado.

Palavras-chave: mídia religiosa, padres cantores, evangelização virtual.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PÁGINA OFICIAL DO PADRE REGINALDO NA INTERNET	28
FIGURA 2 – SANTUÁRIO VIRTUAL DE JESUS MISERICORDIOSO	29
FIGURA 3 – VELA VIRTUAL	30
FIGURA 4 – NOVENA VIRTUAL DO PADRE REGINALDO	33
FIGURA 5 – PÁGINA OFICIAL DO PADRE REGINALDO NA INTERNET: PARCEIROS NA EVANGELIZAÇÃO	35
FIGURA 6 – PERFIL OFICIAL DO PADRE REGINALDO NO FACEBOOK	39
FIGURA 7 – GRÁFICO DE INTERAÇÃO DO PÚBLICO	41
FIGURA 8 – PERFIL REGINALDO MANZOTTI NO TWITTER	41
FIGURA 9 – CANAL EXCLUSIVO DO PADRE NO YOUTUBE	42
FIGURA 10 – PERFIL DO PADRE REGINALDO NO INSTAGRAM	43
FIGURA 11 – LOJA VIRTUAL EVANGELIZAR É PRECISO	54

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO 1: A INTERAÇÃO DO CATOLICISMO COM OS MODERNOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	9
1.1 A RELAÇÃO HISTÓRICO-EVOLUTIVA DA IGREJA CATÓLICA COM OS <i>MASS MEDIA</i> A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL	9
1.2 DESAFIOS DO CATOLICISMO NA MÍDIA	14
CAPÍTULO 2: A MÍDIA RELIGIOSA NO BRASIL E A ATUAÇÃO DOS PADRES CANTORES (1990-2010)	19
2.1 A TRANSFORMAÇÃO DO CENÁRIO RELIGIOSO BRASILEIRO E A REAÇÃO MÍDIÁTICA CATÓLICA	21
2.1.1 Padres reinventados pelo movimento da renovação carismática católica	23
2.2 O PADRE REGINALDO MANZOTTI	25
2.2.1 O padre comunicador e a prática religiosa virtual	27
2.2.1.1 Interatividade no portal digital do padre Reginaldo	28
2.2.1.2 As redes sociais e a conexão com os jovens	37
2.2.1.3 Elementos da construção da imagem do Padre Manzotti	44
CAPÍTULO 3: ASPECTOS DAS PRÁTICAS VIRTUALIZADAS DE EVANGELIZAÇÃO DO PADRE REGINALDO)	47
3.1 POTENCIALIDADES DO MINISTÉRIO <i>ONLINE</i> DO PADRE	47
3.2 REFLEXOS DA COMUNICAÇÃO RELIGIOSA VIRTUAL	50
3.3 O COMÉRCIO RELIGIOSO <i>ONLINE</i> DO PADRE REGINALDO	53
3.3.1 Vinculação da Marca Padre Reginaldo com a Associação Evangelizar É Preciso	57
3.4 A TRANSFORMAÇÃO DA RELIGIOSIDADE NO ESPAÇO VIRTUAL	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	63

INTRODUÇÃO

A partir de meados do século XX, diante de uma crise no catolicismo universal, a Igreja Católica se vê pressionada a modernizar sua estrutura de comunicação intensificando a utilização da mídia de massa. Acompanhando a evolução desses meios, a evangelização católica estende-se ao ambiente digital. No Brasil, observa-se que com o advento da Internet alguns padres, configurados como midiáticos, reconstroem práticas católicas tidas como tradicionais e transformam a religiosidade no ciberespaço.

Com base nesse cenário, e tendo em vista que “a perspectiva histórica aplicada à comunicação secular e religiosa analisa as especificidades dos seus usos, a circulação cultural que pode vir a promover e as condições às quais está sujeita¹”, esta pesquisa teve por objetivo analisar, a partir de uma perspectiva histórico-cultural, as relações entre o catolicismo e os meios de comunicação de massa, bem como investigar o impacto dessa relação histórico-evolutiva adotando-se, como base, as práticas virtualizadas de evangelização do padre Reginaldo Manzotti. Para esse estudo, foram utilizados, como fontes primárias, documentos oficiais do Vaticano relacionados ao tema dos meios de comunicação social, além de fontes digitais configuradoras da atuação do padre Reginaldo no ciberespaço.

O trabalho norteou-se em torno de três questões centrais: o desafio da “ética católica” relacionado à exploração religiosa da mídia; a modernização das práticas evangelizadoras tradicionais e as novas formas de religiosidade; e o entrelaçamento das relações entre “sagrado e profano” no comércio religioso *online*. Para abordagem de tais elementos, o escrito teve seu desenvolvimento estruturado em três capítulos.

No primeiro capítulo, a partir do estudo dos documentos da Igreja Católica a respeito dos meios de comunicação social, averigua-se seu posicionamento acerca do tema, desde a década de 1930 – com a primeira mensagem midiática de um

¹ Karina Bellotti desenvolve um extenso estudo a respeito das religiões pensadas a partir da perspectiva da História Cultural, consideradas “enquanto crenças, práticas, discursos e representações sujeitos a construções históricas de instituições e sujeitos em contextos específicos”. BELLOTTI, Karina K. As Religiões Tradicionais e a Internet. In: MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 127-135.

papa às massas² – até o advento da Internet. Essas fontes eclesiais permitem a análise da relação histórico-evolutiva da Instituição com os meios de comunicação, bem como expõem seus conflitos internos suscitados na forma de questões éticas, envolvendo as modernas práticas de evangelização. Observa-se também que as publicações, carregadas em sua maioria com um intuito motivador em torno da mídia de massa, contribuem para a formação de ações católicas em torno da comunicação religiosa em diversos países. No Brasil, por exemplo, como reflexo desse fenômeno, muitos movimentos católicos se desenvolveram, com destaque à Renovação Carismática Católica (RCC) – considerada o berço do surgimento dos padres cantores³.

É neste contexto de hibridismo entre a religião católica e mídia moderna no Brasil, que se desenvolve o segundo capítulo desse estudo. A partir de uma visão geral, observa-se que a interação do catolicismo com os meios de comunicação ocorre, no Brasil, com base em seus veículos próprios⁴, e intensifica-se frente a uma forte concorrência religiosa no país⁵. E é como reação a esse mercado que surgem, vinculados à RCC, os padres midiáticos, exemplificado nessa pesquisa a partir do padre Reginaldo Manzotti – cantor, escritor e apresentador paranaense. Intitulado em seus diversos canais de comunicação como “o padre que arrasta multidões e evangeliza pelos meios de comunicação”⁶, Manzotti lançou livros, CDs e DVDs musicais, realiza missas seguidas de shows e apresenta programas de rádio e televisão que são retransmitidos e exibidos em milhares de emissoras do país e no exterior⁷.

Pertencente à arquidiocese de Curitiba, o padre Reginaldo opera como pároco no Santuário Nossa Senhora de Guadalupe, e é fundador do movimento

² Radiomensagem *Qui arcano*, de 12 de fevereiro de 1931. In: **Discursos PIO XI**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/pius_xi/speeches/documents/hf_p-xi_spe_19310212_radiomessage_it.html. Acesso em: 08/07/2014.

³ SOUZA, André Ricardo de. Igreja Católica e Mercados: a ambivalência entre a solidariedade e a competição. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, 27(1): 156-174, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rs/v27n1/a07v27n1.pdf>. Acesso em: 15/04/2014. p. 159.

⁴ Data de 1941 a primeira “concessão católica” (Rádio Excelsior de Salvador). PUNTEL, Joana T. Catolicismo e Mídia no Brasil. In: MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 35-37.

⁵ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 134.

⁶ Perfil oficial do Padre Reginaldo Manzotti no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti>. Acesso em 04/06/2014.

⁷ Página oficial do Padre Reginaldo Manzotti na Internet. Disponível em <http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/>. Acesso em 06/06/2014.

evangelizador *Associação Evangelizar é Preciso*. Atuando com intensidade nos meios de comunicação de massa, o sacerdote destaca-se cada vez mais por suas práticas religiosas virtuais. Contudo, apesar de seu sucesso com o público católico, até o momento, são raros os estudos a respeito da sua evangelização midiaticizada.

Foi nesse sentido que o segundo e o terceiro capítulos desse trabalho propuseram-se à exposição e à análise das fontes digitais decorrentes das práticas virtualizadas de evangelização do padre Manzotti. A partir do seu ministério *online* observa-se, dentro da dinâmica desse processo modernizante, como a Igreja lança mão da mídia de massa em um renovado processo de evangelização no ciberespaço⁸.

Por fim, no capítulo 3 são abordados contornos específicos envolvendo as práticas virtualizadas do comunicador, como a nova relação com o tempo e com o espaço, na qual experiências religiosas *online* são vivenciadas a partir de qualquer local e horário⁹; a linguagem simplificada permitida pelo mundo digital; e a interação direta e mais livre do fiel com a religião. Da mesma forma, analisam-se outros aspectos com os quais o padre se depara na Internet, como a falta de controle sobre conteúdos religiosos e sobre a autonomia dos leigos. As fontes também permitem a investigação do extenso comércio religioso que se desenvolve em torno da figura do Padre Reginaldo Manzotti, levando a uma reflexão em torno do entrelaçamento entre os conceitos de sagrado e profano no espaço religioso virtual.

⁸ Ainda pelo prisma histórico-cultural, Karina Bellotti insere a presença da religião na Internet dentro de um contexto mais amplo, do cristianismo ocidental e do sistema comunicacional do século XX, articulando “a questão da religião e dos seus usos de comunicação” com o conceito de tradição “e suas relações com a modernidade”. BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 129.

⁹ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina. Acesso ao Divino: a utilização de recursos digitais para práticas religiosas católicas. REVER: **Revista de Estudos da Religião**. Sep. 2010, Vol. 10, p. 106-122. Disponível em: http://revistas.pucsp.br/rever/rv3_2010/i_aoki.htm. Acesso: 02/06/2014.

CAPÍTULO 1 – A INTERAÇÃO DO CATOLICISMO COM OS MODERNOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O catolicismo possui uma relação histórica com os meios de comunicação. A trajetória dos documentos da Igreja permite acompanhar a evolução do pensamento da instituição a esse respeito e, ao mesmo tempo em que essas publicações revelam o reconhecimento católico da mídia como “a cultura dos novos tempos”, também expõem seus conflitos internos suscitados na forma de questões éticas envolvendo as modernas práticas de evangelização.

“Falar da comunicação como espaço sociocultural para realizar a evangelização no mundo contemporâneo significa abordar, sobretudo, um contexto de sociedade que se transforma numa velocidade alucinante, marcada pelos avanços tecnológicos, em especial pela era digital, que provoca mudanças sociais e de costumes, em que o mundo das comunicações se apresenta com uma área de grande importância a ser refletida pela Igreja”¹⁰.

1.1 A RELAÇÃO HISTÓRICO-EVOLUTIVA DA IGREJA CATÓLICA COM OS MASS MEDIA A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL

Em 12 de fevereiro de 1931, o papa Pio XI “dirigiu pela primeira vez, servindo-se ‘da admirável invenção marconiana’”¹¹ a mensagem da Igreja às massas¹²; a partir de então, se fez perceptível a interação do catolicismo com os modernos meios de comunicação de massa¹³ como, por exemplo, através do cinema. Nesse momento em que a indústria cinematográfica era instituída nos Estados Unidos, como aponta Joana Puntel, essa relação foi transcrita a partir da

¹⁰ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral da Comunicação: diálogo entre fé e cultura**. São Paulo: Paulinas, 2007. p. 31.

¹¹ PAPA PIO XII. **Carta Encíclica: *Miranda Prorsus*** (8 de Setembro de 1957). Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/pius_xii/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus_po.html. Acesso em: 07/07/2014.

¹² Radiomensagem *Qui arcano*, op. cit.

¹³ Para Puntel, “as origens da comunicação de massa remontam ao final do século XV, quando as técnicas associadas à prensa tipográfica de Gutenberg foram adotadas por um grande número de instituições dos principais centros comerciais da Europa e exploradas com a finalidade de produzir múltiplas cópias de manuscritos e textos”. PUNTEL, Joana T. **Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2008. p. 40.

carta encíclica *Vigilanti Cura* que, do mesmo modo que reconhecia no cinema um poderoso meio de divulgação e influência sobre os indivíduos, recomendava “o cuidado da relação dos princípios morais com a imagem”¹⁴. O documento também expunha as primeiras incursões da Igreja na exploração desse recurso midiático como ferramenta religiosa, difusora do catolicismo. Isso foi possível a partir da organização de salas de cinema em paróquias e em associações católicas, com posterior expansão ao público em geral, conforme expõe a encíclica: “devido à organização dessas salas que se tornam bons clientes para a indústria cinematográfica, pode-se alcançar que essa indústria produza filmes correspondentes completamente a nossos princípios”¹⁵.

Na sequência da *Vigilanti Cura*, outras publicações oficiais pertinentes aos meios de comunicação de massa se seguiram, com evoluções a respeito do tema, como a carta encíclica *Miranda Prorsus* (1957)¹⁶ – estendida ao desenvolvimento de uma ação organizada em torno da comunicação. Contudo, é por meio do Concílio Vaticano II, iniciado em 1962 pelo papa João XXIII e encerrado em 1965 pelo papa Paulo VI, que a Igreja busca um alinhamento com o mundo moderno e compreende na mídia uma ferramenta imprescindível para a sua ação pastoral¹⁷.

Concebido a partir do Concílio, o Decreto *Inter Mirifica*¹⁸ expunha assim o reconhecimento conferido pela Igreja Católica aos meios de comunicação¹⁹, como valiosos instrumentos na evangelização: “à Igreja, pois, compete o direito natural de usar e de possuir todos os instrumentos desta ordem, enquanto sejam necessários ou úteis para a educação cristã [...]”. Por outro lado, o documento demonstrava a preocupação da instituição em relação à utilização desses recursos comunicacionais dentro do respeito às doutrinas católicas: “para o uso recto destes meios é absolutamente necessário que todos os que se servem deles conheçam e levem à

¹⁴ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo**..., p. 34.

¹⁵ PAPA PIO XI. Carta Encíclica: *Vigilanti Cura* (29 de Junho de 1936). In: **Encíclicas**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/pius_xi/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura_po.html. Acesso em: 30/06/2014. Item 39.

¹⁶ PAPA PIO XII, op. cit.

¹⁷ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo**..., p. 38.

¹⁸ PAPA PAULO VI. Decreto Conciliar *Inter Mirifica*: sobre os meios de comunicação social (4 de Dezembro de 1963). In: **Documentos do Concílio Vaticano II**. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_04121963_inter-mirifica_po.html. Acesso em 16/05/2014.

¹⁹ Quando Puntel se refere às transformações no mundo da comunicação, observa que “[...] a expressão meios de comunicação social, usada pela Igreja no *Inter Mirifica*, pertence já a um vocabulário desatualizado, pois hoje, todos os meios se integram em uma realidade mais complexa – há um carácter multimidiático, crossmidia e interativo”. PUNTEL, Joana T. **Catolicismo**..., p. 44.

prática, neste campo, as normas de ordem moral”. Mas o decreto conciliar ia além do discurso e oficializava um direcionamento integrado de atuação nesse campo: “procurem (...) todos os filhos da Igreja que os meios de comunicação social se utilizem, sem demora e com o máximo empenho nas mais variadas formas de apostolado, tal como o exigem as realidades e as circunstâncias do nosso tempo”. Também estabelecia a constituição de “secretariados nacionais”, cuja missão seria de prezar por uma consciência ética dos fiéis no uso desses meios, além de organizar e incentivar as realizações dos católicos no campo da comunicação. Contudo, também ficou estabelecido que todo esse aparato comunicacional deveria estar hierarquicamente centralizado, ou seja, obrigado à estrita consonância com Roma: “estas associações católicas internacionais só são legitimamente aprovadas pela Santa Sé e dela dependem”²⁰.

Com base nesse novo enfoque e como ação efetiva, a Igreja Católica cria em 1964, a Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais²¹ – posterior Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais²² – que, nas palavras do papa João Paulo II “empenhou-se com perseverança em promover na Igreja uma atitude de participação e de criatividade neste setor”²³.

Observa-se em um contexto geral, que até meados do século XX, mídia e religião mantiveram aparente constância, sendo poucos os meios dominantes de comunicação bem como o número de instituições religiosas com predominância de fiéis²⁴. Contudo, a partir de então, essas estruturas religiosas tradicionais passam a se deparar com a pluralização do campo religioso e com a diversificação de referências do indivíduo moderno: “o cristianismo como matriz social da cultura ocidental entra em crise no momento que não mais modela os comportamentos e as

²⁰ PAPA PAULO VI. **Decreto**, cap. 1, itens 3, 4, 13, 21-22.

²¹ PAPA PAULO VI. Carta Apostólica “*motu proprio*” *In fructibus multis* com a qual é instituída a Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais (2 de Abril de 1964). Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/motu_proprio/documents/hf_p-vi_motu-proprio_19640402_in-fructibus-multis_it.html. Acesso em 17/05/2014.

²² História e perfil do pontifício conselho para as comunicações sociais. Disponível em <http://www.pccs.va/index.php/pt/proximo-de-nos/historia-do-pccs>. Acesso em: 17/05/2014.

²³ PAPA JOÃO PAULO II. Mensagem do papa João Paulo II para o 23º dia mundial das comunicações sociais (7 de Maio de 1989). Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011989_world-communications-day_po.html. Acesso em 30/04/2014.

²⁴ HOOVER, Stewart M. A Mídia e suas Linguagens Religiosas. In: MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 47.

consciências dos indivíduos”²⁵. Como reconhece a própria Igreja nos anos 1990: “certas realidades sociais e religiosas, que, tempos atrás, eram claras e definidas, hoje evoluem em situações complexas”²⁶.

Confrontando-se com um novo panorama no qual as religiões tradicionalmente majoritárias entram em crise em virtude da liberdade religiosa no mundo moderno²⁷, e também com base nas orientações transmitidas pelo Concílio Vaticano II, a instituição teve pressa em intensificar a exploração religiosa dos meios de comunicação de massa. Sendo assim, em vários países iniciaram-se ações católicas em torno da comunicação²⁸. No Brasil, por exemplo, como reflexo desse fenômeno, muitos movimentos católicos se desenvolveram a partir do Concílio Vaticano II, com grande destaque à Renovação Carismática Católica (RCC)²⁹ – que será abordada mais adiante nesse trabalho, por ser considerada o berço do surgimento dos padres cantores.

Na década de 1990, através da encíclica *Redemptoris Missio*, o papa João Paulo II, apesar de considerar o período como “a nova primavera do cristianismo”, expõe a preocupação a respeito da crise no catolicismo: “o número daqueles que ignoram Cristo, e não fazem parte da Igreja está em contínuo aumento; mais ainda: quase duplicou, desde o final do Concílio”³⁰. A Igreja, então, aposta fortemente no poder da comunicação para reverter esse quadro, buscando um alinhamento entre a mídia e a religião: “um novo enfoque da missão da Igreja no mundo atual (missão *ad gentes*) [...] colocando o mundo da comunicação em primeiro lugar e enfatizando o novo contexto comunicativo como uma ‘nova cultura’”³¹. Com especial atenção à evangelização na América – através da Exortação Apostólica “A Nova Evangelização” – o papa reforça a estratégia comunicacional católica: “a realidade atual requer que se saiba dominar a linguagem, a natureza e as características da

²⁵ CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. São Paulo: Idéias & Letras, 2011. p. 25.

²⁶ PAPA JOÃO PAULO II. Carta Encíclica *Redemptoris Missio* (7 de Dezembro de 1990). In: **Encíclicas**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html. Acesso em 02/07/2014. Cap. 4, item 32.

²⁷ CAMURÇA, Marcelo A. A realidade das religiões no Brasil no Censo do IBGE-2000. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006. cap.2., p.39.

²⁸ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 13.

²⁹ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 159.

³⁰ PAPA JOÃO PAULO II. **Carta Encíclica...**, item 3 (introdução).

³¹ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 13.

mídia. Utilizando-os de maneira correta e competente, pode-se levar a termo uma autêntica inculturação do Evangelho”³².

Nessa nova ambiência, observa-se que também o mercado das comunicações sofre mudanças a partir de uma “crescente abertura por parte da antiga ‘mídia secular’ para acolher conteúdo sectário, religioso e espiritual [...] como uma ‘mercantilização’ ou ‘popularização’ da religião”³³; na reflexão de Mara Einstein (2012) a respeito da “convergência” entre mídia e religião: “[...] tanto as instituições religiosas utilizam vários formatos de mídia para apresentar a fé, como a mídia secular coopta as ideias religiosas para gerar audiências [...]”³⁴. A Igreja explica essa ampliação do espaço de informação religiosa nos meios de comunicação, como decorrente de uma demanda dos fiéis: “[...] uma exigência específica do público a quem os responsáveis pela comunicação de massa respondem, dando mais espaço à informação e ao comentário de assuntos religiosos”³⁵. Por fim, essa expansão do mercado religioso insere o catolicismo no segmento mais moderno da comunicação, o mundo digital³⁶, mais especificamente na Internet, que na atualidade constitui “a última fase da história das tecnologias da informação e da comunicação”³⁷, e que será o elemento midiático central abordado nesse trabalho.

Vale ressaltar que as relações da Instituição com o mundo da mídia moderna geraram conflitos e inseguranças em seu interior: “a consolidação do catolicismo midiático, enquanto tendência hegemônica, não acontece sem conflitos *ad intra ecclesia*”³⁸. O próprio *Inter Mirifica* suscitou dúvidas e críticas dentro da Igreja³⁹. Joana Puntel considera que para o catolicismo, atualmente, o debate envolvendo as comunicações gira em torno dos desafios da cultura midiática: o cultural e o ético⁴⁰.

³² JOÃO PAULO II. Ecclesia in America (22 de janeiro de 1999). In: **Exortações Apostólicas**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_exhortations/documents/hf_jp_ii_exh_22011999_ecclesia-in-america_po.html. Acesso em 30/04/2014.

³³ HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 52.

³⁴ EINSTEIN, Mara. Religião, Mídia e Marketing. In: MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 14.

³⁵ PAPA JOÃO PAULO II. **Mensagem do papa João Paulo II para o 23º dia...**

³⁶ De acordo com PUNTEL, “foi na segunda metade da década de 1990 que o novo sistema eletrônico de comunicações começou a se formar a partir da fusão dos meios de comunicação de massa globalizados e personalizados e da comunicação mediada por computadores. O novo sistema caracterizou-se pela integração de diferentes meios de comunicação de massa e por seu potencial interativo: a *multimídia*”. Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 77.

³⁷ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 78.

³⁸ CARRANZA, Brenda, op. cit., p. 21.

³⁹ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 38.

⁴⁰ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 33.

1.2 DESAFIOS DO CATOLICISMO NA MÍDIA

Possivelmente, o principal dilema enfrentado pelo catolicismo nesse contexto midiático esteja em controlar o processo de modernização do religioso em uma nova ambiência, na qual conceitos tidos como sagrado e profano podem coexistir num espaço em que – a exemplo dos padres cantores no Brasil – “rituais religiosos são produzidos para se tornarem espetáculos midiáticos”⁴¹. Nessa perspectiva, a preocupação da Igreja em relação ao aparato comunicacional moderno está em “lutar contra a lógica engendrada pela cultura tecnológica”⁴²; como exposto pelo Pontifício Concílio para as Comunicações Sociais: “a revolução das comunicações afecta, de igual modo, a percepção que se pode ter da Igreja, e contribui para a modelação das próprias estruturas e funcionamento”⁴³.

Aparentemente para a instituição, uma das alternativas na interação entre religião e mídia seria estabelecer o diálogo entre fé e cultura, que permitiria à Igreja refletir a respeito dessas transformações de paradigmas que atingem também as técnicas atuais de evangelização⁴⁴. No entendimento do papa João Paulo II: “é verdade que a cultura da Igreja e a cultura midiática são diferentes; existe com efeito, acerca de certos pontos, um contraste muito forte. Mas não há razão alguma para que as diferenças tornem impossível a amizade e o diálogo”⁴⁵; ainda de acordo com a instrução pastoral *Aetatis Novae*: “a Igreja deve comunicar sempre a sua mensagem, de um modo adaptado a cada época, às culturas das nações e aos vários povos, ela deve fazê-lo especialmente hoje, na e pela cultura dos novos *mass media*”⁴⁶.

⁴¹ MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 7.

⁴² PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 31.

⁴³ Instrução Pastoral *Aetatis Novae*. In: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html. Acesso em 10/07/2014. Item 4.

⁴⁴ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral...**, p. 29.

⁴⁵ PAPA JOÃO PAULO II. Mensagem do papa João Paulo II para a celebração do 33º dia mundial das comunicações sociais (16 de Maio de 1999). Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011999_world-communications-day_po.html. Acesso em 07/07/2014. Item 3.

⁴⁶ Instrução Pastoral *Aetatis Novae*, op. cit. item 8.

Nessa tentativa de interação, através do documento *Ética na Internet*⁴⁷, observa-se que a Igreja busca um entendimento das novas tecnologias ao mesmo tempo em que considera possíveis riscos da Internet para a religião. Preocupação constante também em nova publicação similar sobre o tema – *Igreja e Internet* – que aborda o comércio religioso *online*: “a vasta gama de opções relativas aos produtos e serviços de consumo, disponíveis na Internet, pode ter um efeito excessivo sobre a religião e encorajar uma abordagem ‘consumista’ no que se refere à fé”⁴⁸.

Esse debate leva à relação dos ritos tradicionais com a modernidade, que pode ser analisada a partir de uma perspectiva histórico-cultural. O processo de mediatização da religião⁴⁹, talvez como uma tentativa de dialogar com a sociedade contemporânea, levou ao surgimento de uma nova realidade sócio-cultural, na qual a inter-relação da religião com a mídia constitui-se de forma complexa e com dinâmica constante⁵⁰. Como aponta Karina Bellotti, nas duas últimas décadas do século XX, as religiões ditas “tradicionais” passaram por adaptações a partir de “um processo de reconstrução de suas imagens, de seu passado e de suas memórias para buscarem uma relevância social e uma visibilidade pública em um mundo cada vez mais globalizado e midiático”⁵¹. Sendo assim, somando-se o desenvolvimento vertiginoso das tecnologias de comunicação, que passam a reger a sociedade moderna, à compreensão da Igreja de que a mídia constitui a cultura dos novos tempos, a instituição considera como imperativa a sua necessidade de imersão nesse processo midiático: “se nas sociedades tradicionais a religião tinha uma

⁴⁷ *Ética na Internet* (28 de fevereiro de 2002). In: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Disponível em:

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_et_hics-internet_po.html. Acesso em 09/07/2014.

⁴⁸ *Igreja e Internet* (28 de Fevereiro de 2002). In: Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. Disponível em:

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html. Acesso em 07/07/2014. Item 9.

⁴⁹ Para Hoover o termo mediatização: “significa que através do uso dos meios modernos de comunicação ([...] tudo o que veio de Gutenberg até hoje) algo inteiramente novo é feito com a religião. Já não é o caso que a religião seja inteiramente documentada ou a palavra transmitida adiante. A essência da coisa “religião” é mudada através de sua interação com a mídia”. HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 49.

⁵⁰ MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião...**, p. 8.

⁵¹ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 130.

posição privilegiada como formadora e inspetora dos valores, hábitos, condutas e da visão de mundo, esta posição hoje parece ter sido ocupada pela mídia”⁵².

No entanto, sob o ponto de vista da ética católica, questiona-se a utilização da mídia como instrumento evangelizador enquanto respeitadora dos preceitos católicos, uma vez que a forma de transmissão da mensagem (processo de comunicação), sua estética, pode se tornar mais importante que a própria mensagem (conteúdo da comunicação), afinal, com as novas tecnologias “a mente, a efetividade e a percepção são agora estimuladas, não apenas pela razão ou imaginação, mas também pelas sensações [...] encenação de outras lógicas possíveis de construir realidades e se construírem como sujeitos”⁵³. Além do aspecto evangelizador, não se pode ignorar outro prisma da mediatização da religião que igualmente envolve a questão ética religiosa que é o fator econômico – também relacionado ao consumo de produtos religiosos –, uma vez que “trata-se de um fenômeno que engendra e opera produtos e atividades comuns ao mundo religioso, em que circulam não apenas preces e mensagens, mas também milhões de dólares, a exemplo de tantas outras atividades comerciais [...]”⁵⁴. O Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais expõe essa preocupação: “[...] se deve defender a verdade diante do relativismo religioso e moral, o altruísmo e a generosidade perante o consumismo individualista, e o decoro face à sensualidade e ao pecado”⁵⁵.

Ainda perante o desafio ético, observa-se que à medida que a tecnologia evolui, o Vaticano lança novas publicações com recomendações a respeito do uso da mídia de massa como, por exemplo, o documento *Ética nas Comunicações Sociais*⁵⁶ de 2000, que classifica o uso desses meios de modo “recto ou incorrecto” como sendo uma opção “daqueles que controlam os instrumentos de comunicação social e determinam as suas estruturas, linhas de conduta e conteúdo”. Atenta também para as “tentações” provenientes da relação entre os meios de comunicação e a religião:

⁵² MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião...**, p. 7.

⁵³ BORELLI, 2008 apud PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 45.

⁵⁴ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 40.

⁵⁵ Igreja e Internet (28 de Fevereiro de 2002), op. cit., item 12.

⁵⁶ *Ética nas comunicações sociais* (4 de Junho de 2000). In: **Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais**. Disponível em:

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_et_hics-communications_po.html. Acesso em: 08/07/2014.

“[...] o facto de não se conseguir compreender os padrões sensatos da prática dos meios de comunicação bons, como a objectividade e a imparcialidade, pode impedir um tratamento especial dos interesses institucionais da religião; apresentar as mensagens religiosas com um estilo emocional e manipulador, como se fossem produtos em concorrência num mercado ávido [...]”⁵⁷

Ainda que essa relação entre evangelização e mídia de massa tenha gerado, especialmente no Brasil, figuras religiosas de sucesso como os padres cantores, a esse respeito o papa Bento XVI publica em 2007 o documento *Sacramentum Caritatis*⁵⁸ que, apesar de abordar a renovação litúrgica almejada e iniciada desde o Concílio Vaticano II, serviu como uma “advertência aos padres que se destacam em suas missas”⁵⁹:

“Durante os trabalhos sinodais, foi várias vezes recomendada a necessidade de superar toda e qualquer separação entre a arte da celebração [...] com efeito, o primeiro modo de favorecer a participação do povo de Deus no rito sagrado é a condigna celebração do mesmo; [...] Aquela resulta da fiel obediência às normas litúrgicas na sua integridade, pois é precisamente este modo de celebrar que, há dois mil anos, garante a vida de fé de todos os crentes [...].

[...]

Igualmente importante para uma correcta arte da celebração é a atenção a todas as formas de linguagem previstas pela liturgia: palavra e canto, gestos e silêncios, movimento do corpo, cores litúrgicas dos paramentos. [...] A simplicidade dos gestos e a sobriedade dos sinais, situados na ordem e nos momentos previstos, comunicam e cativam mais do que o artificialismo de adições inoportunas”⁶⁰.

Observa-se que, de forma geral, apesar de as publicações do Vaticano a respeito das comunicações sociais carregarem recomendações de cunho ético católico no que se refere à intensa exploração religiosa da mídia, esses documentos revelam um paralelo entre a evolução dos meios de comunicação e a adaptação oficializada e incentivada pela Igreja Católica a esses meios, especialmente utilizados como recursos de evangelização. Do mesmo modo, os documentos raramente trazem críticas mais precisas – a exemplo das do papa Bento XVI – direcionadas às modernas práticas evangelizadoras que, muitas vezes, fogem ao código de conduta moral católico.

⁵⁷ Ética nas comunicações sociais (4 de Junho de 2000), op. cit., item 18.

⁵⁸ PAPA BENTO XVI. *Sacramentum Caritatis*: Exortação Apostólica Pós-Sinodal sobre a Eucaristia fonte e ápice da vida e da missão da Igreja (22 de fevereiro de 2007). In: **Exortações Apostólicas**. Disponível em:

http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/apost_exhortations/index_po.htm. Acesso em 20/05/2014.

⁵⁹ SOUZA, André Ricardo de. Igreja, p. 171.

⁶⁰ PAPA BENTO XVI. *Sacramentum Caritatis*, op. cit., item 38.

Portanto, a partir da profunda integração da Igreja Católica com a mídia religiosa, percebe-se que seguirão constantes as diversas iniciativas da Instituição, especialmente no campo da comunicação, para recobrar seu papel de referência nos indivíduos e na sociedade⁶¹. Como resultado dessas investidas, especificamente no Brasil, o hibridismo entre a religião católica e a mídia moderna resulta no fenômeno dos padres midiáticos e na reconfiguração dos ritos e práticas devocionais tradicionais, tema do próximo capítulo.

⁶¹ CARRANZA, Brenda, op. cit., p. 25.

CAPÍTULO 2 – A MÍDIA RELIGIOSA NO BRASIL E A ATUAÇÃO DOS PADRES CANTORES (1990-2010)

A partir de uma visão geral a respeito do desenvolvimento da mídia religiosa brasileira, observa-se que a interação especificamente do catolicismo com os meios de comunicação se deu no Brasil a partir de seus veículos próprios⁶². Como mostra Joana Puntel, no país data de 1941 a primeira “concessão católica” (Rádio Excelsior de Salvador). Atualmente, após grande investimento no setor, esse meio soma aproximadamente 200 estações em todo o Brasil, ligadas a grupos católicos, congregações e dioceses. Já no que se refere à televisão – outro poderoso veículo de comunicação religiosa de massa – em um contexto histórico, a inserção da religião na TV brasileira iniciou na década de 1960, intensificando-se nos anos 1990 com a criação de amplas redes nacionais⁶³.

Um exemplo desses grandes canais católicos é a Rede Vida de Televisão que, não restrita a rituais religiosos, apresenta uma diversificação de conteúdos nos quais coexistem referências ao sagrado e elementos da mídia secular, com programação em que se vende “espaço publicitário e também mercadorias tangíveis”⁶⁴.

“[...] Ela [Rede Vida] se configura como uma emissora católica que transmite os mais variados tipos de programas devocionais. Hoje, ela insere em sua programação outros formatos e opera como qualquer outra televisão comercial, possuindo telejornais, programas de debates e transmissão de futebol”⁶⁵.

Na contramão e opondo-se às práticas da Rede Vida, a emissora católica TV Canção Nova, por exemplo, recusa comerciais em sua programação, construindo novas formas de religiosidade, buscando “transformações do ‘mercado da fé’”⁶⁶. Contudo, muito além de adequações comerciais e de programação entre canais televisivos, esses posicionamentos opostos dentro dos meios católicos, remetem aos conflitos internos de posicionamento dentro da própria Igreja – apontados no

⁶² SOUZA, André Ricardo de. As Investidas Católicas na Mídia. **Revista de Estudos da Religião**. Setembro/2008/pp.27-45. Disponível em: http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_souza.pdf. Acesso em: 22/05/2014. p. 27.

⁶³ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 35-37.

⁶⁴ SOUZA, André Ricardo de. **As Investidas...**, p. 37.

⁶⁵ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 37.

⁶⁶ Idem.

capítulo 1, refletidos também no catolicismo no Brasil: “[...] a própria hierarquia tem proposto discursos e práticas diversas, e por vezes discordantes, através de suas distintas ‘campanhas culturais’, como foram os casos da Teologia da Libertação e da Renovação Carismática”⁶⁷:

“A Igreja Católica enfrenta, de forma ambígua, as vicissitudes dos mercados, o religioso e o econômico propriamente dito. Na década de 90, isso se tornou evidente por causa de dois movimentos opostos. De um lado, a Renovação Carismática – resposta católica à concorrência pentecostal no mercado religioso – fomentou o uso de técnicas de marketing e a projeção de padres cantores na grande mídia. De outro, a Teologia da Libertação, corrente politizada de esquerda que desencadeou, entre outras coisas, o engajamento em atividades associativas de produção econômica em um conjunto chamado economia solidária, apontado como resposta à “exclusão do mercado de trabalho” ou ao desemprego”⁶⁸.

De maneira geral, o ostensivo investimento em aparato de mídia realizado pelo catolicismo no âmbito nacional relaciona-se a uma “ação de afirmação identitária”⁶⁹ – ao que tudo indica reacional a uma forte concorrência religiosa no país:

“Somente com o crescimento e a visibilidade dos chamados ‘neopentecostais’ é que não somente a Igreja Católica passou a investir sistematicamente em meios de comunicação como outras igrejas cristãs e outras religiões deram maior importância à propaganda religiosa”⁷⁰.

De acordo com a “teoria do mercado religioso” citada por Cecília Mariz, esse “encontro com o mundo evangélico” pode também ter gerado nos católicos “uma nova noção do papel religioso que a política eleitoral e a televisão podem desempenhar”⁷¹. Vale ressaltar que essa ação de afirmação identitária católica frente à pluralização religiosa enquadra-se em um panorama internacional do catolicismo: “na pauta da Igreja Católico-romana dos últimos 30 anos vigora um discurso claramente marcado pela afirmação da identidade cristã. Uma afirmação que se faz mais contundente na medida em que cresce a dinâmica do pluralismo religioso”⁷².

⁶⁷ MARIZ, Cecília Loreto. Catolicismo no Brasil contemporâneo: reavivamento e diversidade. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006. cap.4, p. 56.

⁶⁸ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 174.

⁶⁹ SOUZA, André Ricardo de. **As Investidas...**, p. 27.

⁷⁰ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 134.

⁷¹ MARIZ, Cecília Loreto, op. cit., cap. 4, p. 66.

⁷² TEIXEIRA, Faustino. A conjuntura internacional católica: a relação com as religiões. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural**: dinâmicas contemporâneas. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 159.

2.1 A TRANSFORMAÇÃO DO CENÁRIO RELIGIOSO BRASILEIRO E A REAÇÃO MIDIÁTICA CATÓLICA

A respeito dessa referida concorrência religiosa, pode-se considerar que a Igreja perde espaço no cenário brasileiro desde a instituição do Estado laico, com o enfraquecimento político e o acirramento da disputa religiosa. De acordo com o Censo Demográfico 2010 do IBGE, observa-se que, desde o primeiro levantamento censitário brasileiro em 1872 até a década de 1970, o perfil religioso da população manteve como aspecto principal “a hegemonia da filiação à religião católica apostólica romana, característica herdada do processo histórico de colonização do país e do atributo estabelecido de religião oficial do Estado até a Constituição da República de 1891”. Ainda conforme o Censo, apesar de a religião católica registrar-se historicamente majoritária na população brasileira, a partir dos anos 1980, o declínio no número de católicos torna-se constante e passa de 83% em 1991 para 73,6% em 2000, reduzindo ainda mais para 64,6% em 2010. Já a população evangélica – principal concorrente com destacada expansão –, passou de 9% em 1991 para 15,4% em 2000, alcançando 22,2% de fiéis em 2010⁷³.

Contudo, a partir da ideia de “trânsito religioso”⁷⁴, deve-se considerar que essas transformações religiosas contemporâneas “não são apenas um momento de re-configuração do campo das religiões, mas a consolidação crescente de uma maneira de ser religioso no Brasil”, fenômeno verificado nas duas últimas décadas através do “duplo processo aparentemente contraditório de desvinculação institucional e multiplicação de alternativas religiosas”⁷⁵ – daí a necessidade de afirmação identitária do catolicismo. Essas disputas religiosas refletem e alteram a

⁷³ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf. Acesso em 06/05/2014. p. 89.

⁷⁴ Para Ariana Rumstain “trânsito religioso” consiste na “circulação de crenças e ritos entre as instituições religiosas. Isto é, não só pessoas circulam entre as religiões, mas concomitantemente os conteúdos simbólicos e práticas rituais circulam entre elas, por meio de cópias, oposições, concorrência, e assim por diante”. RUMSTAIN, Ariana. ALMEIDA, Ronaldo de. Os Católicos no Trânsito Religioso. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 31.

⁷⁵ Idem, p. 33.

forma que as instituições e grupos religiosos fazem uso da mídia⁷⁶, a exemplo de movimentos católicos como a Renovação Carismática, que após enfrentar a concorrência midiática dos evangélicos, traça estratégias de investimento e aperfeiçoamento nos *mass media*⁷⁷.

Nesse novo cenário, as várias modalidades religiosas disputam “em um verdadeiro mercado religioso”, caracterizado “(...) pela oferta de bens simbólicos e do serviço religioso em si – não apenas em celebrações habituais, mas também em atividades variadas e propagadas pelos meios de comunicação de massa”⁷⁸. Afinal, a evangelização no espaço da comunicação, se refere “à *prática*, a produtos ‘palpáveis’, ‘finalizados’ para o mercado”⁷⁹. Esse mercado religioso também se faz presente no ciberespaço, por exemplo, no qual a influência da cultura do consumo sobre o indivíduo transforma suas formas de busca pelo espiritual no ambiente virtual⁸⁰. Uma característica dessa inserção da religião nos meios modernos de comunicação de massa, como a internet, é que ela passa a se relacionar com uma “redefinição nos ‘modos de fazer’ religião e de assumir uma identidade religiosa”⁸¹.

Como reação de enfrentamento a essa nova realidade, o catolicismo brasileiro busca, portanto, nos movimentos de reavivamento católico uma forma de adaptação:

“O catolicismo não é somente uma ‘identidade constituída’, o ‘estrutural institucionalizante’, mas é também o instituinte, que revela um dinamismo de reinvenção permanente e um impulso renovador. Essa reinvenção ocorre no catolicismo tradicional, em diálogo e interação com o catolicismo moderno e clerical; nas novas formas de visibilidade eclesial; nas intercessões criativas com outras expressões religiosas etc.”⁸².

Tem-se, portanto, que essa crise do catolicismo oficial está relacionada com um processo de afirmação da sociedade moderna, a qual questiona as formas religiosas tradicionais e demanda uma reconfiguração nas representações,

⁷⁶ MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião...**, p. 7.

⁷⁷ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 40.

⁷⁸ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 158.

⁷⁹ PUNTEL, Joana T. **Cultura...**, p. 135.

⁸⁰ MOREIRA, Alberto da S. O Sagrado nos Mundos Virtuais. In: MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 124.

⁸¹ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo...**, p. 36.

⁸² TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 9.

adequadas aos novos tempos⁸³. Compreende-se, assim, que a religião, ao utilizar a mídia como ferramenta para a modernização, altera seus conteúdos tradicionais adaptando-os à lógica do mercado e aos padrões midiáticos⁸⁴, sendo essa transformação ainda mais intensa quando se refere à mídia digital: “[...] os líderes e organizações religiosas usam a mídia para se comunicar com seus seguidores, usando vários formatos de mídia, desde vídeos pré-fabricados até sermões on line alimentados pelo Twitter [...]”⁸⁵. Contudo, essas novas formatações não se restringem apenas aos símbolos e conteúdos religiosos tradicionais, estendem-se inclusive aos rituais e práticas evangelizadoras por meio de uma nova “categoria” de sacerdotes, os padres midiáticos.

2.1.1 Padres Reinventados pelo Movimento da Renovação Carismática Católica

No Brasil, a reinvenção católica através da mídia de massa vincula-se a um dos principais movimentos de “reaquecimento do catolicismo”⁸⁶ – a Renovação Carismática Católica⁸⁷: “um importante fenômeno emergente no campo religioso brasileiro é o do *catolicismo midiático*, que se encontra relacionado com a diversificação da experiência da Renovação Carismática Católica”⁸⁸. Sendo que a maior parte das iniciativas nesse campo relaciona-se a clérigos e leigos vinculados à RCC⁸⁹, movimento que a partir de uma estruturação nacional, garantiu sua presença na totalidade das dioceses brasileiras⁹⁰. Para Brenda Carranza, a Renovação Carismática trata-se de um imenso guarda-chuva aglutinador de diversas práticas e grupos religiosos católicos que unidos a outros setores eclesiais implementam

⁸³ TEIXEIRA, Faustino. Faces do Catolicismo Brasileiro Contemporâneo. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 22.

⁸⁴ MOREIRA, Alberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião...**, p. 7.

⁸⁵ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 14.

⁸⁶ TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo...**, p. 9.

⁸⁷ De acordo com MARIZ (2009), o berço da RCC foi nos Estados Unidos nos anos 1970. No Brasil, no final dessa década verifica-se a criação das primeiras comunidades carismáticas – “novas comunidades”. Contudo, segundo a autora, “a maior parte delas surge a partir dos meados da década de 1990, quando se verifica a aceleração do crescimento da participação de católicos nesse movimento no país”. MARIZ, Cecília L. LOPES, Paulo Vitor L.. O reavivamento católico no Brasil e o caso da Toca de Assis. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo...**, p. 77.

⁸⁸ TEIXEIRA, Faustino. **Faces**, p. 21.

⁸⁹ SOUZA, André Ricardo de. **As Investidas...**, p. 29.

⁹⁰ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 159.

“um outro jeito de ser Igreja”⁹¹. Em função de sua peculiaridade, a RCC exerce duas forças opostas no interior da Igreja Católica, se de um lado, “insere-se numa estratégia de clara afirmação identitária e de zelo pela doutrina católica tradicional”, de outro, “favorece uma dinâmica espiritual que acaba incidindo numa perspectiva de autonomização e transversalidade com respeito ao catolicismo oficial”⁹². Movimentos como a Renovação Carismática pluralizam o campo católico incentivando a diversificação da experiência religiosa uma vez que conferem aos leigos uma maior autonomia e o poder de sua difusão⁹³.

É como uma “nova onda católica de reação ao mercado religioso já consolidado no país”, que surgem no seio da RCC os padres midiáticos⁹⁴, cuja representação máxima está no padre Marcelo Rossi – que rapidamente ascendeu na mídia no final de 1998⁹⁵: “considerado um exemplo para novos seminaristas e um trunfo do marketing católico, ele é, para muitos, um novo modelo de padre”⁹⁶. O sucesso nas vendas de CDs, camisetas e diversos outros itens ligados “à tietagem do padre”, representam essa nova “onda de reação católica” inspirada pelo evangelizador Marcelo Rossi⁹⁷. Para Pierre Sanchis, as missas dos padres cantores constituem “projeções rituais” do movimento carismático que o autor classifica como “um novo tipo de religião popular, que mobiliza corpos e emoções em torno dos sinais tradicionais da sacramentalidade católica, por iniciativa e sob liderança sacerdotais reforçadas”⁹⁸. A exemplo da televisão e do rádio, esses sacerdotes operam no Brasil através de uma variedade de mídias católicas e, como produto dessa evolução tecnológica, também se inserem na moderna mídia digital por meio da qual passam a transformar rituais católicos e práticas devocionais tradicionais adaptando-os à plataforma virtual.

Essa nova geração de evangelizadores da Igreja Católica no Brasil conta com vários outros personagens como o Pe. Jonas Abib – fundador da comunidade

⁹¹ CARRANZA, 2005 apud TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 27.

⁹² TEIXEIRA, Faustino. **Faces**, p. 20.

⁹³ MARIZ, Cecília Loreto, op. cit., cap. 4, p. 58

⁹⁴ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja**, p. 160.

⁹⁵ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 28.

⁹⁶ SOUZA, André Ricardo de. **As Investidas...**, p. 43

⁹⁷ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 160.

⁹⁸ SANCHIS, Pierre. Perspectivas antropológicas sobre o catotolicismo. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo...**, p. 202.

Canção Nova, Pe. Antônio Maria, Pe. Joãozinho e Pe. Jorjão⁹⁹, que também contribuem para a ascensão e desenvolvimento do *catolicismo midiático*¹⁰⁰.

Dentre esses “novos padres”, outro sacerdote merecedor de atenção nos estudos a respeito do tema, por seu destaque nacional no cenário dos evangelizadores midiáticos, é o padre Reginaldo Manzotti – cantor, escritor e apresentador paranaense, cuja atuação é objeto dessa pesquisa. Intitulado em sua página na rede social Facebook na internet como “o sacerdote que arrasta multidões e evangeliza pelos meios de comunicação”¹⁰¹, lançou livros, CDs e DVDs musicais, realiza missas seguidas de shows e apresenta programas de rádio e televisão que são retransmitidos e exibidos em milhares de emissoras do país e no exterior¹⁰².

2.2 O PADRE REGINALDO MANZOTTI

Pertencente à arquidiocese de Curitiba, o padre Reginaldo atua como pároco no Santuário Nossa Senhora de Guadalupe localizado no centro da cidade¹⁰³. De acordo com sua biografia disponível na página do Santuário na Internet¹⁰⁴, nascido em 25 de abril de 1970, o sacerdote é natural da cidade de Paraíso do Norte, noroeste do estado do Paraná. Aos 11 anos ingressou no Seminário dos Freis Carmelitas na cidade de Graciosa, interior do Estado. Foi durante sua formação que estudou música e atentou-se à prática de evangelização através dos meios de comunicação: “observador atento, viu a ascensão de programas radiofônicos feitos pelas dioceses, além do surgimento de programas de TV católicos”. Graduiu-se em Filosofia e Teologia e, aos 25 anos, foi ordenado padre em sua cidade natal. Mas foi durante os cinco anos atuando como pároco na Igreja São José Operário, em Pinhais (PR), que o talento do padre Reginaldo

⁹⁹ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 28.

¹⁰⁰ Vale frisar que catolicismo midiático trata-se de uma expressão utilizada inicialmente pela socióloga Brenda Carranza.

¹⁰¹ Perfil oficial do Padre Reginaldo Manzotti no Facebook, op. cit.

¹⁰² Página oficial do Padre Reginaldo Manzotti na Internet, op. cit.

¹⁰³ Santuário Nossa Senhora de Guadalupe - Praça Senador Correia, 128 – Centro, Curitiba/PR.

¹⁰⁴ Página oficial do Santuário Nossa Senhora de Guadalupe na Internet. Disponível em <http://santuariomsguadalupe.org.br/site/index.php/o-santuario/p%C3%A1roco.html>. Acesso em 12/09/2014.

chamou a atenção de canais de rádio e televisão, aspecto destacado em sua biografia: “ao celebrar missas animadas com músicas ritmadas e coreografias, a igreja ficava mais abarrotada de fiéis”. A partir de então, o padre destacou-se no meio católico: em 2005 criou o movimento evangelizador *Associação Evangelizar é Preciso* com milhares de associados em todo o país, e ainda nesse ano foi nomeado Vigário Episcopal da Arquidiocese de Curitiba, passando então a ser responsável por 55 paróquias. No mesmo período assumiu também a Paróquia Nossa Senhora do Guadalupe “por onde passam diariamente mais de mil fiéis durante as missas” de acordo as informações do Santuário. Conhecido atualmente por ser “o padre que arrasta multidões” – “por reunir até mais de meio milhão de pessoas em suas missas seguidas de shows”, Reginaldo Manzotti atua intensamente nos meios de comunicação de massa:

“[...] é diretor da Rádio Evangelizar AM 1060 de Curitiba, e apresenta todos os dias programas de rádio e televisão que são retransmitidos para todo o país. Na internet, o padre conversa diariamente com os internautas em seu Blog, perfis do Orkut e Twitter, além de possuir um canal de vídeos no Youtube. Seu portal na internet recebe 400 mil acessos mensalmente. É autor de quatro livros de oração e um de orientações chamado “10 Respostas que vão mudar a sua vida”. Já lançou oito CDs, sendo três discos de ouro e dois DVDs: a palestra “O perdão é um bálsamo que cura” e o Show ao Vivo “Creio no Deus do impossível”¹⁰⁵.

Destacando-se cada vez mais por sua atuação no cenário midiático católico e por suas práticas religiosas virtuais, o padre vincula sua imagem à marca da Associação Evangelizar é Preciso, “uma obra considerada benfeitora nacional que objetiva a evangelização pelos meios de comunicação”. Observa-se que, na Internet, o sacerdote atua de maneira mais intensa desde 2009, na qual possui diversos perfis nas redes sociais e um portal exclusivo¹⁰⁶. Por meio desses recursos, o sacerdote adota práticas de evangelização no mundo digital através de canais virtuais.

Apesar de seu sucesso com o público católico, até o momento, são raros os estudos a respeito das práticas evangelizadoras do padre Reginaldo Manzotti. Nesse sentido, esse trabalho busca analisar suas práticas virtualizadas de evangelização – abordadas no capítulo seguinte – as quais ilustram um fenômeno transformador do catolicismo no Brasil e mostram, dentro da dinâmica desse

¹⁰⁵ Página oficial do Santuário Nossa Senhora de Guadalupe na Internet, op. cit.

¹⁰⁶ Padre Reginaldo Manzotti. Disponível em:

<http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/imprensa/pe-manzotti/padre-reginaldo-manzotti.html>. Acesso em: 08/05/2014.

processo modernizante, como a Igreja lança mão da mídia de massa em um renovado processo de evangelização, enquanto os evangelizadores – especialmente os padres midiáticos no Brasil – evoluem e alteram suas práticas religiosas através do mais moderno dos meios de comunicação: o virtual¹⁰⁷.

2.2.1 O Padre Comunicador e a Prática Religiosa Virtual

Como exposto pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais: “a Internet é o mais recente e, sob muitos pontos de vista, o mais poderoso de uma série de instrumentos de comunicação — telégrafo, telefone, rádio e televisão”¹⁰⁸. É com base nesse reconhecimento, que a Igreja passa a utilizar o ambiente *online* para divulgação da instituição¹⁰⁹ e define o ciberespaço como um ambiente moderno para a evangelização¹¹⁰; bem como incentiva o envolvimento dos diversos níveis do âmbito eclesial na utilização e aperfeiçoamento desse recurso¹¹¹.

No Brasil, essa nova onda de comunicação *online* guiada por Roma encontra um campo fértil para o crescimento do religioso no ciberespaço. Com 67 milhões de internautas, o país é o 5º colocado no *ranking* mundial dos que mais acessam a Internet¹¹². É nesse contexto que ascendem figuras religiosas como o padre Reginaldo que, a exemplo de tantos outros padres midiáticos, desenvolve o cenário religioso virtual brasileiro. Com base nessa realidade, a seguir, buscar-se-á uma análise dos diversos aspectos que perfazem a mídia digital, por meio da qual o padre Reginaldo Manzotti diversifica, adapta e expande práticas religiosas presenciais e tradicionais do catolicismo.

¹⁰⁷ “‘Mundos virtuais’, ‘realidade artificial’, ‘entorno sintético multisensorial’ ou ainda ‘ciberespaço’, são expressões utilizadas para dar conta de uma forma radicalmente nova e surpreendente de tecnologia”. MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado**..., p. 112.

¹⁰⁸ Ética na Internet (28 de fevereiro de 2002), op. cit., item 2.

¹⁰⁹ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

¹¹⁰ A autora refere-se aos documentos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais: *Igreja e Internet e Ética na Internet*. PUNTEL, Joana T. **Cultura**..., p. 15.

¹¹¹ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral**..., p. 76.

¹¹² GRIPA, Marcelo. Brasil supera Rússia e se torna 5º país com mais usuários de internet. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/40022/40022>>. Acesso em 17/10/2014.

2.2.1.1 Interatividade no portal digital do padre Reginaldo

Pode-se considerar a página do padre Reginaldo na Internet¹¹³ como uma porta de entrada para uma autêntica “igreja eletrônica” (figura 1). Lá, de forma bastante organizada e dinâmica, o padre explora inúmeros recursos do ambiente virtual ampliando os canais e modos de prática da fé, refletindo assim, a pluralidade do catolicismo no Brasil, caracterizado pela diversidade de formas de acesso ao sagrado¹¹⁴.

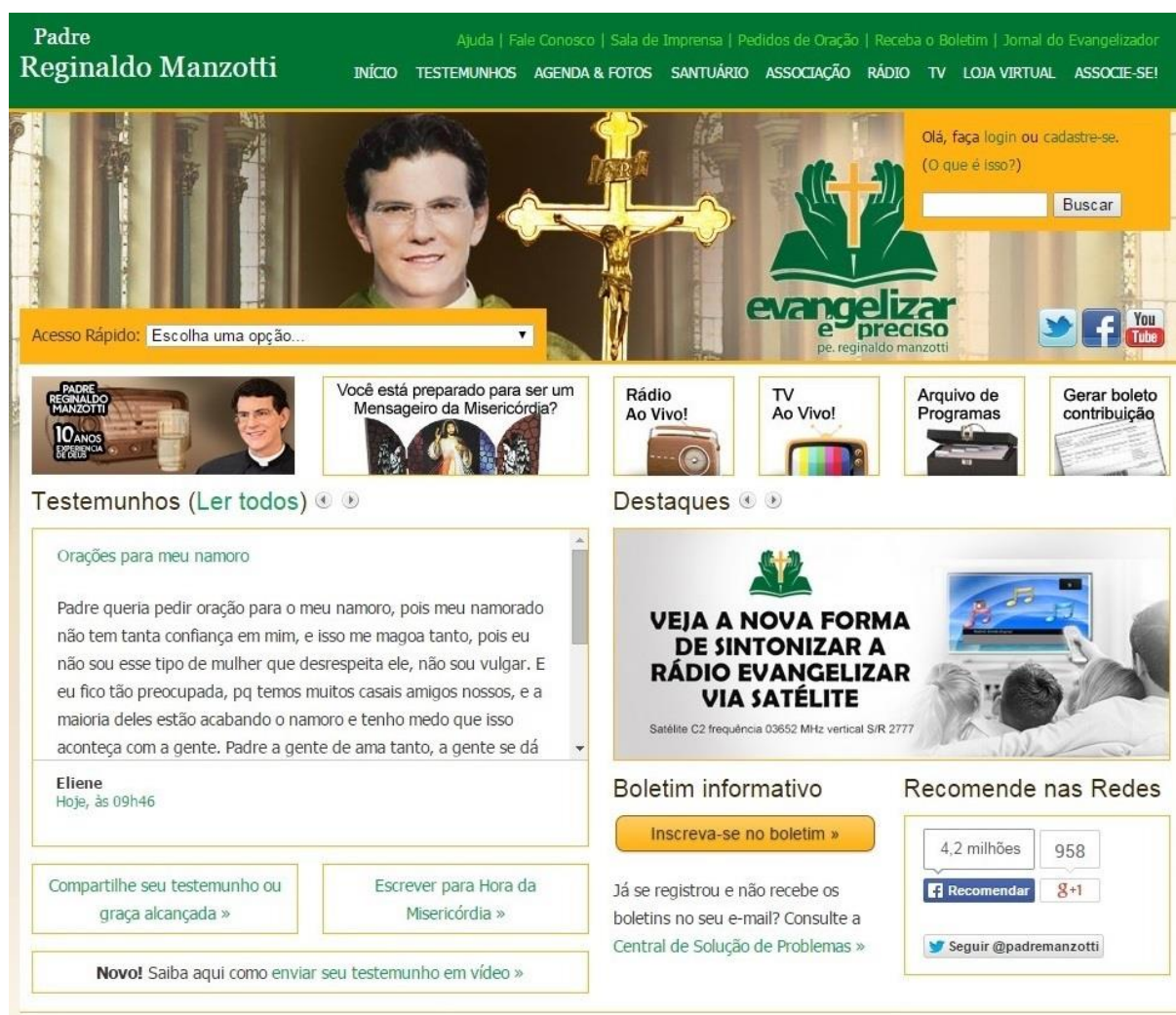


FIGURA 1) PÁGINA OFICIAL DO PADRE REGINALDO NA INTERNET.
FONTE: <HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/>. ACESSO EM 13/10/14.

Dentre os canais disponíveis no portal, destaca-se o “Santuário Virtual de Jesus Misericordioso” (ver figura 2), composto pelos seguintes recursos: *Vela Virtual*,

¹¹³ <http://www.padrereginaldomanzotti.org.br>

¹¹⁴ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 19.

Novena Virtual, *Bíblia Virtual* e *Oração & Conforto* (lista de preces e orações). Essas plataformas permitem ao fiéis uma interação e prática direta da fé no mundo digital, adotando assim um novo canal de comunicação com o sagrado: “[...] dispostos a ver o ciberespaço como uma alternativa, ou um lugar, para a expressão religiosa *on-line* (o culto, a oração, retiros, etc.)”¹¹⁵.

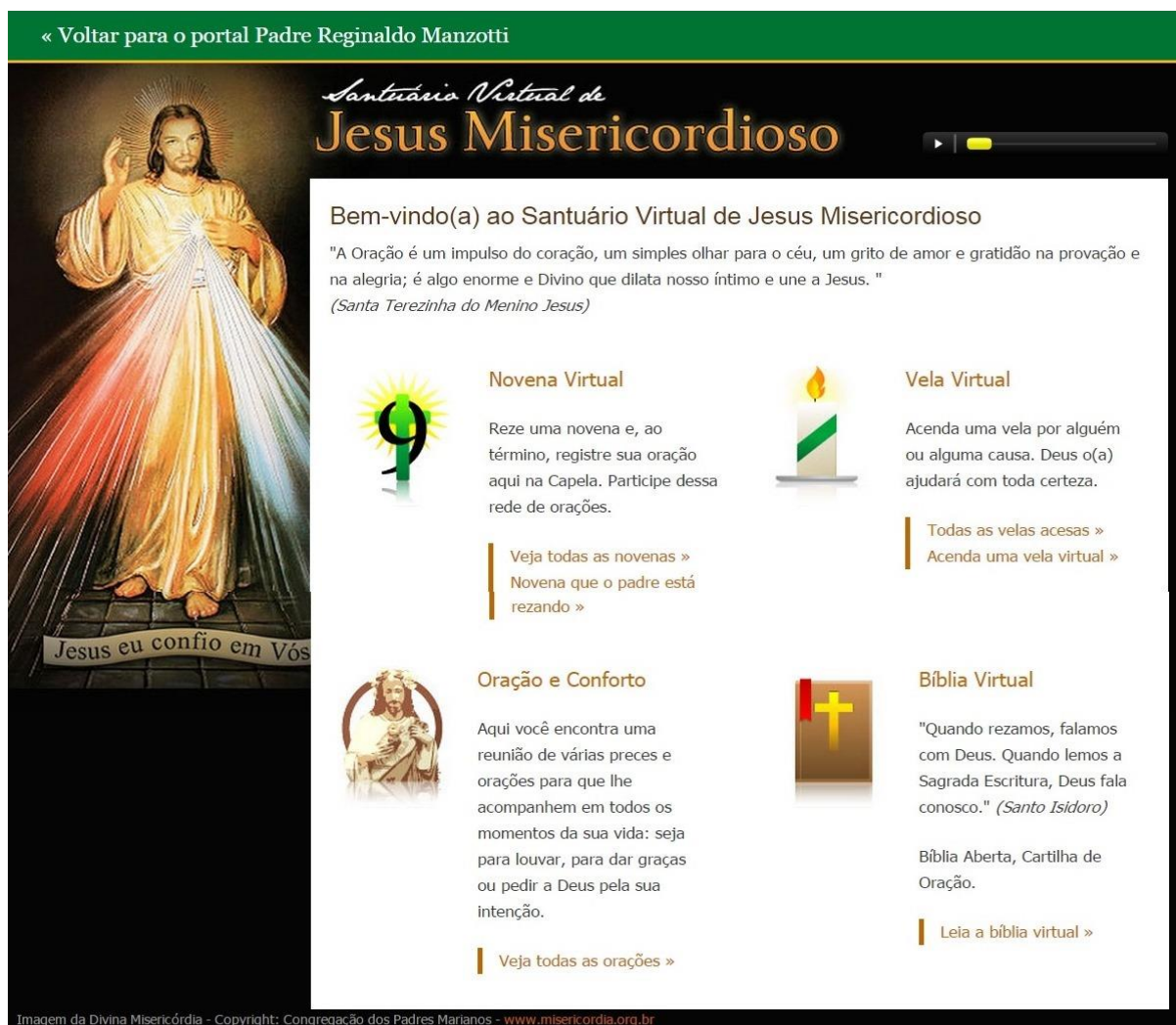


FIGURA 2) SANTUÁRIO VIRTUAL DE JESUS MISERICORDIOSO – COM VELAS, NOVENAS, LEITURAS DA BÍBLIA E ORAÇÕES VIRTUAIS.

FONTE: <[HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/CAPELA_VIRTUAL](http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/capelela_virtual)>. ACESSO EM 30/08/14.

Na *Vela Virtual*, por exemplo, pode-se “acender” virtualmente uma vela “por alguém ou alguma causa”, através do preenchimento de um formulário; a imagem da vela ao lado do pedido do fiel fica exposta no site durante sete dias, para que outros devotos possam inspirar-se e certamente comover-se com os pedidos e súplicas

¹¹⁵ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. *Pastoral...*, p. 73.

alheios (ver figura 3). De acordo com informação do próprio padre, são “acesas” cerca de 3 milhões de velas a cada mês¹¹⁶.



FIGURA 3) VELA VIRTUAL – COM AS DIVERSAS PRECES DE FIÉIS.

FONTE: <[HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/CAPELA_VIRTUAL/VELAS_VIRTUALAIS](http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/cape_la_virtual/velas_virtualais)>. ACESSO EM 09/10/14.

Analisando-se essa prática, observa-se uma adaptação de um exercício tradicional do catolicismo popular, em que velas são oferecidas e bilhetes são escritos e fixados por fiéis em capelas e locais tidos como sagrados, com pedidos e agradecimentos. Ou seja, nesse âmbito, o fiel consagra o *Santuário Virtual* e o iguala no conceito de sagrado a espaços físicos como igrejas e capelas: “[...] apropriando-se do ambiente virtual *naturalmente profano*, os fiéis transformam-no

¹¹⁶ PADRE REGINALDO MANZOTTI. **Programa De Frente com Gabi**. São Paulo, GLOBO, 17 de agosto de 2014. Programa de TV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pSSC2_7y92k>. Acesso em 20/10/2014.

em *sagrado*¹¹⁷. *Status* ao que tudo indica igualmente legitimado pela Igreja, já que as práticas encontram-se em uma página oficial de um sacerdote católico. Também relacionado a essa questão, o padre anunciou em programa de entrevista um novo projeto para a sua plataforma digital chamado “Adoração Virtual”, através do qual o fiel, através do *site* do sacerdote, poderá adorar por meio de uma *webcam* a imagem em tempo real do Santíssimo, presente na paróquia do comunicador¹¹⁸.

A respeito dos conceitos de sagrado e profano, aborda-se nesse trabalho o exposto por Émile Durkheim segundo o qual “o sagrado e o profano foram pensados pelo espírito humano como gêneros distintos, como dois mundos que não têm nada em comum”. Nesse sentido, essa dualidade funcionaria como uma fronteira separando o material/mundano do espiritual/religioso. Contudo, o autor frisa a questão da não universalidade dessa oposição, ilustrada pela interpretação de algumas sociedades primitivas as quais invisibilizam o profano, atribuindo o caráter de sagrado à toda a realidade¹¹⁹. Nessa linha, o teólogo Rudolf Otto, contrariando as explicações históricas e antropológicas que atribuíam o fenômeno religioso à razão humana, assume o caráter irracional, sentimental da religião; rompendo assim com o etnocentrismo e com o evolucionismo, ao condicionar o sagrado à essência da religião, concebido então como presente em todas as manifestações religiosas¹²⁰. Noção que, como expõe Karina Bellotti, contribui na atualidade para a compreensão da dimensão subjetiva da experiência religiosa, associada à maior autonomia religiosa observada ao longo do século XX. Contudo, como frisa a autora, em função dessa categorização de sagrado e profano, torna-se necessário esclarecer que apesar das fronteiras antagônicas dos dois conceitos, atualmente opta-se por um esforço em redefinir suas delimitações, tornando-as mais móveis¹²¹.

Essa fusão entre as fronteiras do sagrado e do profano é observada nesse trabalho a partir do fenômeno da sacralização do espaço religioso virtual derivado das práticas evangelizadoras do padre Reginaldo, bem como do seu comércio

¹¹⁷ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

¹¹⁸ PADRE REGINALDO MANZOTTI. **Programa De Frente com Gabi**, op. cit.

¹¹⁹ DURKHEIM, 1996, p. 51 apud PATIAS, Jaime C. O sagrado e o profano: do rito religioso ao espetáculo midiático. Acesso em: 14/11/2014. Disponível em: <<http://www.pluricom.com.br/forum/o-sagrado-e-o-profano-do-rito-religioso-ao>>.

¹²⁰ OTTO, 1917, apud BELLOTTI, Karina K. História das Religiões: conceitos e debates na era contemporânea. Revista História: **Questões & Debates**, Curitiba, n. 55, p. 13-42, jul./dez. 2011. Editora UFPR. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/viewFile/26526/17686>. Acesso em 08/11/2014.

¹²¹ BELLOTTI, Karina K. **História...**, p. 13-42.

religioso *online* – especificado mais adiante. Sobre essa questão, vale ressaltar a interpretação de Moisés Sbardelotto conforme a qual a Internet configura um meio legítimo e complexo de experienciação religiosa, “uma nova forma de revelação e manifestação midiaticizada do sagrado”. No ambiente virtual “a técnica é transformada em meio”. Para o autor, ao deslocar-se dos templos tradicionais para os templos digitais, “do mundo *off-line* para o mundo *online*”, o indivíduo ressignifica a experiência religiosa, inova a “forma de ser religioso”; trata-se da “digitalização do sagrado”¹²².

No Santuário do portal do padre, de forma similar ao que ocorre nas práticas presenciais, o *site* oferece a *Novena Virtual*, na qual o devoto escolhe uma entre as diversas novenas elencadas por tema (ver figura 4) e, ao final da mesma, o indivíduo pode fazer um registro digital de oração na Capela Virtual. Nesse espaço, ao lado de cada novena disponível, existe um marcador indicando o número de pessoas que já finalizaram a oração. Além também do destaque para a novena que o padre Reginaldo está rezando naquele período, em seu programa diário de rádio “Experiência de Deus” da Rádio Evangelizar¹²³.

¹²² SBARDELOTTO, Moisés. “**E o Verbo se fez bit**”: uma análise de sites católicos brasileiros como ambiente para a experiência religiosa. 2011. 207 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/MoisesSbardelottoComunicacao.pdf>>. Acesso em 08/11/2014. p. 35-181.

¹²³ Sobre o programa Experiência de Deus. Disponível em : <http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/radio_evangelizar/experiencia-de-deus.html>. Acesso em 17/10/2014.

Reginaldo Manzotti

Santuário Virtual de Jesus Misericordioso

Santuário Virtual » Novenas Virtuais



Participe também desta corrente de oração! Todo o dia o padre Reginaldo Manzotti reza no programa Experiência de Deus uma novena que você pode acompanhar por aqui. A novena que ele está rezando no momento é a novena de **de Nossa Senhora Aparecida** e ela já foi completada anteriormente por 102.378 pessoas.

Novena que o padre está rezando:

Novena de Nossa Senhora Aparecida (102.378 pessoas já rezaram)

Reze também outras novenas:

« Anterior | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Próxima »

Novena contra a Depressão (59.449 pessoas já rezaram)

Novena contra o Alcoolismo (50.061 pessoas já rezaram)

Novena da Armadura de Deus (50.886 pessoas já rezaram)

Novena da Exaltação da Santa Cruz (29.683 pessoas já rezaram)

Novena da Imaculada Conceição da Santíssima Virgem Maria (8.678 pessoas já rezaram)

Novena da Sagrada Família – Pelos Pais (29.919 pessoas já rezaram)

Novena da Santa Cruz (26.379 pessoas já rezaram)

Novena da Virgem Maria (6.311 pessoas já rezaram)

Novena das Almas (32.061 pessoas já rezaram)

FIGURA 4) NOVENA VIRTUAL DO PADRE REGINALDO – INTEGRADA AO PROGRAMA DE RÁDIO DO SACERDOTE.
 FONTE: <HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/CAPELA_VIRTUAL/NOVENAS_VIRTUAIS>. ACESSO EM 09/10/14.

Dessa forma, fica claro como o comunicador inter-relaciona e promove na Web os diversos outros meios de comunicação nos quais atua; a exemplo também do tópico “Fale Conosco” do *site* através do qual, a partir da internet, pode-se enviar


mensagens direcionadas aos programas de TV do padre: *Sinais do Sagrado* e *Evangeliza Show*.

O *site* do padre Reginaldo também oferece a possibilidade de “associar-se”, através da qual, a partir do preenchimento de um formulário, o fiel passa a ser um membro da Associação Evangelizar é Preciso e a receber um boletim informativo semanal sobre a obra e o sacerdote. Esse *newsletter* carrega informações – como falecimentos e aniversários – de eclesiásticos e amigos, por vezes familiares, do padre, além de orações diversas e reflexões a respeito de trechos da bíblia. Aliás, como ressalta Alberto Moreira, constitui uma prática adotada por várias religiões a abordagem de textos religiosos fundamentais na mídia digital: “[...] observa-se um uso mais intensivo da Bíblia e de livros e textos fundadores dos movimentos religiosos nas plataformas virtuais de interação”¹²⁴. O informativo traz também fotos, propagandas dos lançamentos de produtos como livros e cds, e missas a serem realizadas pelo sacerdote; bem como divulgação e agenda de eventos e retiros organizados pela Associação Evangelizar é Preciso. Sempre com vinculação a *links* para redes sociais e canais do padre na Internet.

Outro aspecto da interatividade do portal do padre Reginaldo é a comunicação virtual integrada com outros canais católicos intitulados “parceiros na evangelização”, como a Santa Sé, CNBB, SIGNIS Brasil, Rede Católica de Rádios, entre outras (ver figura 5).

¹²⁴ MOREIRA, Alberto da S. *O Sagrado...*, p. 123.

😊 Evangelizando nas Redes Sociais (O que é isso?)



Padre Reginaldo Manzotti ✓

[Curtir](#)

17 h

Homenagem da Liah Soares e do Padre Reginaldo Manzotti a Nossa Senhora de Nazaré e ao Círio de Nazaré.
#EvangelizaréPreciso #NossaSenhora #CírioDeNazaré

<https://www.youtube.com/watch?v=myeTwa6EWCY>



Ela vem (Liah Soares) - Liah Soares

4.281.617 pessoas curtiram Padre Reginaldo Manzotti.





Associação Evangelizar é Preciso

[Curtir](#)

1 h

#EvangelizaréPreciso #LojaEvangelizar #ProdutosQueEvangelizam

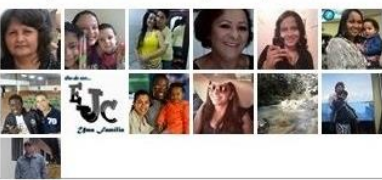
www.padrereginaldomanzotti.org.br/loja



DIÁRIO ESPIRITUAL 2015

O evangelho mais próximo do seu dia a dia!

278.827 pessoas curtiram Associação Evangelizar é Preciso.



[Como usar o Twitter?](#)

[Como usar o Facebook?](#)

Mais canais do portal

Bíblia Virtual	Orações
Novena Virtual	Santuário
Vela Virtual	Conheça a Associação

Padre recomenda: parceiros na evangelização

Santa Sé	Pastoral da Criança	Voz de Nazaré
CNBB	Anjinhos do Brasil	Grupo Pentecostes
Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus	Divina Misericórdia	Jovem Cristo Forte
SIGNIS Brasil	Igreja Hoje	O Mundo Católico
Rede Católica de Rádios		

[Início](#)
[Sobre o padre](#)
[Conheça a Associação](#)
[Associe-se aqui](#)
[Agenda & Fotos](#)
[Escute a Rádio](#)
[Pedidos de Oração](#)
[Boletim](#)

FIGURA 5) PÁGINA OFICIAL DO PADRE REGINALDO NA INTERNET: “PARCEIROS NA EVANGELIZAÇÃO” E REDES SOCIAIS.

FONTE: < HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/>. ACESSO EM 13/10/14.

Essas associações com *sites* oficiais da Igreja Católica denotam, aparentemente, um caráter legitimador da presença e das práticas do padre no espaço virtual; ao mesmo tempo em que reforçam no visitante a imagem de Igreja modernizada imersa, em seus diversos níveis estruturais, nessa nova tecnologia da comunicação.

Entre outros recursos de maior destaque, o *site* abriga: um canal específico para uso da imprensa – com informações a respeito do sacerdote e de suas atividades; cadastro para associados que passam a ter acesso ao arquivo *online* dos programas de rádio e TV do comunicador; agenda de eventos do padre e da programação de caravanas; mural digital rotativo com testemunhos enviados por

fiéis (que também podem ser enviados na forma de vídeo para posterior exibição nos programas de TV do padre); *link* para a Rádio Evangelizar ao vivo (com retransmissão de programas para mais de 1.000 rádios no Brasil¹²⁵); e acesso à transmissão ao vivo da TV Evangelizar¹²⁶ – que também pode ser acompanhada a partir de aparelhos de *smartphone* ou *tablet*. Além dessas plataformas interativas, o fiel também tem a opção de receber em seu celular mensagens SMS diárias do sacerdote (a um custo pré-fixado no portal). Essas ferramentas citadas acima, como aponta Mara Eisntein, caracterizam alguns exemplos das formas que a religião tem sido incorporada pela mídia digital, presentes em “aplicativos para celular baseados em temas de fé, *web sites* de oração e canais religiosos [...]”¹²⁷. Através desses meios, nota-se que o padre Reginaldo busca estimular o ingresso do fiel na religiosidade virtual, mas de forma guiada e estruturada pelo próprio sacerdote. Essa navegação experimentada através de uma rede de aplicativos e canais virtuais, formada ao redor da imagem e das atividades do padre, funciona também como uma forma do comunicador direcionar e cercear seu rebanho em um espaço de ofertas religiosas diversas e, especialmente no caso do Brasil, de concorrência ameaçadora. Conforme mostra Stewart Hoover, estudos sobre a religião apontam uma tendência de aumento da autonomia individual no que se refere à fé, que “se organiza em torno da lógica do indivíduo [...] talhada segundo suas próprias necessidades e gostos”¹²⁸. Dessa forma, o sacerdote promove sua imagem e sua marca, ao mesmo tempo em que garante aos devotos o enquadramento no mundo virtual a partir de práticas religiosas exclusivamente católicas.

Ao final da página do padre Reginaldo, observa-se um mural de destaque intitulado “Evangelizando nas Redes Sociais” (ver figura 5), que inclui um link para um tópico de ajuda com a finalidade de auxiliar o visitante a conhecer o funcionamento de aplicativos como o Google Friend Connect (ligado à criação de comunidades virtuais) e redes sociais como Twitter, Facebook, Flickr e MySpace, nas quais o padre possui perfis. Além também dos portais da Associação Evangelizar é Preciso (importante elemento da evangelização do padre Reginaldo que será abordado de maneira mais específica no decorrer desse trabalho).

¹²⁵ http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/radio_evangelizar?ref=menu

¹²⁶ Emissora da Rede Evangelizar de Comunicação. Disponível em: http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar.

¹²⁷ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 20.

¹²⁸ HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 51.

2.2.1.2 As redes sociais e a conexão com os jovens

A intensa atuação do padre Reginaldo nas redes sociais também demonstra a atenção conferida pelo comunicador a um público bastante específico e que os dados apontam como declinante do catolicismo: o de jovens. De acordo com Novo Mapa das Religiões/FGV de 2011, no período entre 2003 e 2009, observa-se que a queda no número de católicos no Brasil foi mais acentuada nos grupos de indivíduos de menor idade. Na faixa de 25 a 29 anos, por exemplo, a taxa cai de 72,69 para 67,04%. O declínio foi ainda maior nas faixas ainda mais jovens de 20 a 24 anos e de 15 a 19 anos, nas quais a porcentagem de queda foi de 6,47% e 7,73% respectivamente¹²⁹. Já quando esses números são relacionados ao perfil de idade dos visitantes em redes sociais da Internet no Brasil, observa-se um paralelo, já que a maior parte, 27,15% são jovens entre 25 e 34 anos, seguidos por 24,83% de jovens entre 18 e 24 anos¹³⁰.

O Vaticano justifica os esforços católicos nessa nova ambiência com base, principalmente, na grande interação e intimidade dos jovens com a Internet, que passa a servir como um canal de acesso do religioso a esse público:

“[...] actualmente a Igreja precisa de compreender a Internet. Isto é necessário a fim de que ela possa comunicar-se eficazmente com os indivíduos — de modo especial com os jovens — que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia [...]”¹³¹.

Em entrevistas à mídia, o próprio padre Reginaldo expõe que um dos maiores desafios da Igreja hoje esteja em atrair, conquistar e garantir a presença dos jovens no catolicismo¹³². É nesse contexto que o sacerdote busca, através do meio digital, acessar esse público em especial. Afinal, “a Internet possibilita enxergar as relações que as pessoas – em especial os jovens – estabelecem com as religiões tradicionais, e as formas como estas se dirigem ao seu público-alvo¹³³”.

¹²⁹ Panorama da Religiosidade. In: Novo Mapa das Religiões/FGV, 2011. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/religiao/>>. Acesso em 14/10/2014.

¹³⁰ Dados referentes ao mês de julho de 2014 fornecidos na Internet pela *Hitwise/Serasa Experian*, ferramenta líder global de inteligência em marketing digital da Serasa Experian. Disponível em: <http://noticias.serasaexperian.com.br/facebook-e-lider-entre-redes-sociais-em-julho-no-brasil-de-acordo-com-hitwise/>. Acesso em 30/08/14.

¹³¹ Igreja e Internet (28 de Fevereiro de 2002), op. cit., item 5.

¹³² ANÍCIO, Débora. Jornal Vale do Aço. Confira entrevista com o padre Reginaldo Manzotti (2013). Disponível em: http://jvaonline.com.br/ler_noticia.php?id=104158. Acesso em 25/09/2014.

¹³³ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 129.

A mais importante rede social do país, o Facebook, foi, de acordo com pesquisa da Serasa *Experian*¹³⁴ – referente ao mês de julho de 2014 –, a mais acessada no Brasil, atingindo 66,99% de participação de visitas, contra 23,09% do YouTube e 1,39% do Twitter. Nessa rede, o perfil oficial do padre Reginaldo Manzotti possui mais de 4 milhões de “curtidas”¹³⁵, ou seja, mais de 4 milhões de pessoas seguem suas mensagens e comunicações diariamente, superando outros sacerdotes comunicadores de grande destaque nacional como o padre Fábio de Melo¹³⁶ e o padre Marcelo Rossi¹³⁷. No Facebook, o padre Reginaldo atua há quase 5 anos, desde 08 de dezembro de 2009, e de forma bastante intensa. Além de conter informações suas como uma pequena biografia e um resumo das suas muitas produções artísticas e sacerdotais, como o próprio texto ressalta: “um dos sacerdotes mais atuantes na evangelização pelos meios de comunicação no Brasil”, o perfil do padre comunicador é acessado com constância pelo público – visto a participação diária de milhares de pessoas em seu *feed* de notícias, o qual é constantemente atualizado (ver figura 6).

¹³⁴ Dados fornecidos na Internet pela *Hitwise/Serasa Experian*, ferramenta líder global de inteligência em marketing digital. Disponível em: <http://noticias.serasaexperian.com.br/facebook-e-lider-entre-redes-sociais-em-julho-no-brasil-de-acordo-com-hitwise/>. Acesso em 30/08/14.

¹³⁵ Em 14/10/2014 registrou 4.290.548 curtidas. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti>>. Acesso em 14/10/14.

¹³⁶ Com 3.793.375 curtidas. Disponível em: < <https://www.facebook.com/PadreFabiodeMelo?fref=ts>>. Acesso em 14/10/14.

¹³⁷ Com 3.917.023 curtidas. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/vcnocolodejesus?fref=ts&rf=106275942742107>>. Acesso em 02/11/14.

Padre Reginaldo Manzotti ✓
Figura pública

4.290.548 curtidas

Inelives Veroneze, Eloane Daize Gomes Dallastra e outras 19 pessoas o curtiram.

Convide seus amigos para curtir esta Página

SOBRE

- O sacerdote que arrasta multidões e evangeliza pelos meios de comunicação
- <http://padrereginaldomanzotti.org.br/>
- Sugerir edições

EVENTOS FUTUROS

VII Evangelizar é Preciso Fortaleza ...
Sábado às 08:00
Organizado por Padre Reginaldo Manzotti

FOTOS

Publicação Foto / Vídeo

Escreva algo nesta Página...

Padre Reginaldo Manzotti compartilhou um link.
Há 4 horas

Está chegando o VII Evangelizar é Preciso Fortaleza. Faltam 4 dias!
#EvangelizaréPreciso

VII Evangelizar é Preciso Fortaleza
No dia 18 de outubro de 2014 acontecerá em Fortaleza (CE), o VII Evangelizar é Preciso Fortaleza com padre Reginaldo Manzotti. O evento será no Aterro da Pra...

Curtir · Comentar · Compartilhar 796 compartilhamentos

11.769 pessoas curtiram isso. Principais comentários

Escreva um comentário...

Celiana Noronha Se Deus quiser estarei lá louvando o nome do meu Rei! Porque Evangelizar é Preciso!!!!!!!!!!!! Fortaleza!
Curtir · Responder · 9 · Há 4 horas

Celiana Noronha Estou contando os minutos, Evangelizar e preciso!!!!!!!!!!!! Fortaleza!
Curtir · Responder · 9 · Há 4 horas

Ver mais comentários 2 de 410

FIGURA 6) PERFIL OFICIAL DO PADRE REGINALDO NO FACEBOOK.

FONTE: <[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PADREREGINALDOMANZOTTI?FREF=TS](https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti?fref=ts)>. ACESSO EM 14/10/14.

Como o próprio comunicador afirmou em um programa de TV¹³⁸, ele posta em média três mensagens diárias contendo: orações, pedidos de fé, vídeos com trechos gravados de suas missas, shows-missas e programas de entrevista, interações com fãs, gravações de seus programas de rádio, promoção de eventos católicos, clipes

¹³⁸ Programa Mais Você com Ana Maria Braga exibido em 25/12/2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vQEZBrcy3NQ>>. Acesso em 25/09/2014.

musicais seus, bem como fotos suas em eventos ou com artistas famosos. Observa-se forte vinculação de muitas dessas postagens às ações ou à marca da Associação Evangelizar é Preciso, como em divulgação de eventos, organização de retiros espirituais, entre outros. O perfil está integralmente aberto ao público, ou seja, não se faz necessário que o visitante curta o Facebook do padre para que tenha acesso às suas publicações ou tenha a liberdade de interagir através de comentários e compartilhamentos. Aliás, como pode ser visualizado na figura 6, por vezes uma única postagem recebe milhares de curtidas e centenas de compartilhamentos e comentários.

Outro recurso do perfil do padre no Facebook é um aplicativo de entretenimento chamado *Desafio Evangelizar*. Promovido pela Associação Evangelizar é Preciso, o programa se trata de um jogo virtual de perguntas e respostas a respeito da Igreja Católica e de suas doutrinas. Por seu caráter de entretenimento, a ferramenta é visivelmente utilizada para atrair jovens: o prêmio para os ganhadores consiste em um “YouCat”, que se trata de um livro católico reconhecido pelo Vaticano com lições de catecismo direcionadas ao público jovem moderno¹³⁹. Além disso, o gráfico de análise de curtidas do perfil do comunicador no Facebook indica que o público de maior envolvimento (participação através de curtidas) nas publicações do padre Manzotti é de indivíduos jovens com faixa etária entre 25 e 34 anos (ver figura 7).

¹³⁹ O projeto do livro teve o apoio do papa Bento XVI e foi escrito com base na opinião de grupos de jovens. Disponível em: <http://www.youcat.org/pt/youcat/o-que-e-o-youcat/breve-historia-de-youcat/>. Acesso em 14/10/2014.



FIGURA 7) GRÁFICO DE INTERAÇÃO DO PÚBLICO COM AS PUBLICAÇÕES DO PADRE REGINALDO NO FACEBOOK.
FONTE: <[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PADREREGINALDOMANZOTTI/LIKES](https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti/likes)>. ACESSO EM 16/10/14.

Outra rede social na qual o padre atua com frequência é o Twitter. O sacerdote está presente nesse canal desde setembro de 2009 e, até o momento, registrou através do perfil Reginaldo Manzotti 5.738 publicações (ver figura 8).



FIGURA 8) PERFIL REGINALDO MANZOTTI NO TWITTER.
FONTE: <[HTTPS://TWITTER.COM/PADREMANZOTTI](https://twitter.com/padremanzotti)>. ACESSO EM 16/10/14.

Através dele, o padre mantém seus 187 mil seguidores atualizados sobre suas atividades e reflexões. De acordo com informações da sua página oficial, grande parte dos *tweets* (mensagens de 140 caracteres) são publicações do próprio sacerdote¹⁴⁰. Nele também se faz possível acessar dezenas de vídeos e fotografias do padre Reginaldo, igualmente vinculados e integrados por meio de *links* à rede Facebook e ao canal YouTube.

No *site* de vídeos YouTube o padre Reginaldo possui um canal exclusivo, oficial de música, no qual concentram-se seus diversos clipes e gravações de cds e dvs, bem como as letras das canções (ver figura 9).

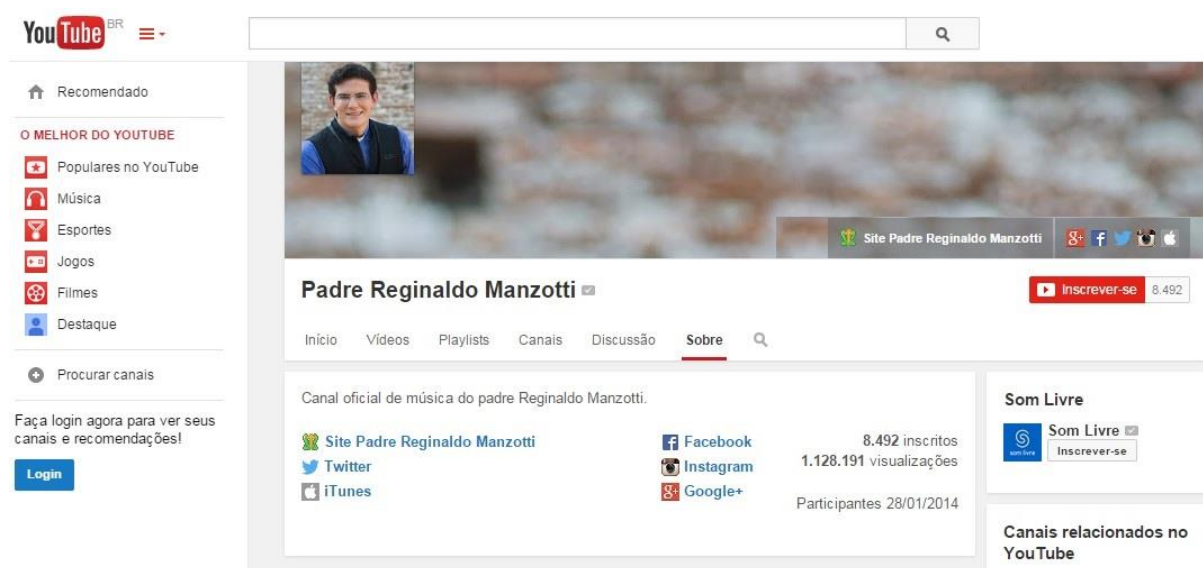


FIGURA 9) CANAL EXCLUSIVO DO PADRE NO YOUTUBE.

FONTE: <[HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/USER/PADREMANZOTTI/ABOUT](http://www.youtube.com/user/padremanzotti/about)>. ACESSO EM 17/10/14.

O primeiro *upload* para o canal data de 28/01/2014; atualmente registra mais de 1 milhão de visualizações e de 8 mil inscritos¹⁴¹. Assim como nas outras redes do padre na Internet, no YouTube, os fiéis tem a possibilidade de interagir com as publicações de vídeos por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos. A partir deste canal o fiel também é encaminhado, por meio de *links* e anúncios, à Loja Virtual da Associação Evangelizar é Preciso, na qual podem ser adquiridos produtos musicais do padre entre outras ofertas da loja. O canal também oferece, por meio de *links*, acesso ao site do sacerdote, bem como aos seus perfis no Twitter, Facebook,

¹⁴⁰ Padre Reginaldo Manzotti. Disponível em:

<http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/imprensa/pe-manzotti/padre-reginaldo-manzotti.html>.

Acesso em: 05/09/2014.

¹⁴¹ 8.492 inscritos e 1.128.191 visualizações. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/user/PadreManzotti/about>>. Acesso em 17/10/2014.

iTunes¹⁴² (que trata-se de um reprodutor de áudio e vídeo da Apple no qual se pode organizar e comprar arquivos digitais – lá estão disponíveis para venda todas as canções dos nove álbuns do comunicador), e Instagram¹⁴³ (consiste em uma rede social de compartilhamento *online* de fotos e vídeos no qual o padre realizou centenas de postagens e registra mais de 17 mil seguidores – figura 10).



FIGURA 10) PERFIL DO PADRE REGINALDO NO INSTAGRAM.

FONTE: <[HTTP://INSTAGRAM.COM/PADREMANZOTTI](http://instagram.com/padremanzotti)>. ACESSO EM 17/10/2104.

Além desses canais principais, o padre Reginaldo também está presente: no Google Friend Connect¹⁴⁴, que se trata de um aplicativo do Google no qual comunidades podem ser criadas acerca do *site* do padre para compartilhamento de informações a respeito do mesmo; no MySpace¹⁴⁵, que consiste em rede social na Internet similar ao Facebook, porém com menor popularidade na qual, entre outras funções, podem-se ouvir canções do padre; e no Flickr¹⁴⁶, em que o padre atua

¹⁴² Perfil do padre Reginaldo do iTunes. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/album/faca-me-crer/id707602858?affid=2235361&ign-mpt=uo%3D4>>. Acesso em 17/10/214.

¹⁴³ Perfil do Padre Reginaldo no Instagram. Disponível em: <<http://instagram.com/padremanzotti>>. Acesso em 17/10/2104.

¹⁴⁴ Perfil do padre Reginaldo no G+. Disponível em: <<https://plus.google.com/107885113313923504657/posts>>. Acesso em 17/10/214.

¹⁴⁵ Perfil do padre Reginaldo no MySpace. Disponível em: <<https://myspace.com/padrereginaldomanzotti>>. Acesso em 17/10/2014.

¹⁴⁶ Perfil do padre Reginaldo no Flickr. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/padrereginaldomanzotti/>>. Acesso em 17/10/2014.

desde dezembro de 2009 compartilhando fotografias diversas de seus eventos, encontros com fãs, participação em programas de televisão, entre outros.

2.2.1.3 Elementos da construção da imagem do Padre Manzotti

Ao se analisar os aspectos integrantes da imagem do padre Reginaldo Manzotti, devido as suas características, pode-se enquadrar o sacerdote em um novo movimento de reação da Igreja ao mercado religioso: a *renovação popularizadora católica*. Como mostra André de Souza (2007), originária da RCC, a ação trata-se de “[...] uma faceta do catolicismo que se mostra adaptada a demandas das grandes cidades do Brasil contemporâneo”. Caracterizada pela centralização do clero, na renovação popularizadora, o sacerdote é obrigatoriamente a figura central, “em torno dele forma-se toda uma estrutura de mídia e marketing religiosos”¹⁴⁷.

Observa-se que nos seus vários canais digitais de comunicação, o padre Reginaldo enfatiza a questão da Internet não apenas como ferramenta na evangelização, mas como um símbolo da inserção do catolicismo no mundo moderno. Essa característica também é observada na sua atuação em seus programas de TV e rádio, nos quais aborda temas contemporâneos e polêmicos no catolicismo como sexualidade no casamento, depressão e homossexualidade; talvez, como já mencionado, em uma tentativa de atrair públicos declinantes do catolicismo como o de jovens e de mulheres¹⁴⁸. Consciente da diversidade de seu público, o padre adapta seu linguajar e aborda assuntos populares. Como declarou em entrevista: “o nosso povo tem dificuldade de ler, então eu procuro traduzir, tento trazer pras palavras de hoje”¹⁴⁹. Por essa razão, em um ambiente digital no qual se intensifica a manipulação da mensagem com objetivo de conquistar o público¹⁵⁰, observa-se que, em todos os seus canais virtuais analisados, o sacerdote utiliza

¹⁴⁷ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 161.

¹⁴⁸ Apesar de historicamente as mulheres serem mais religiosas do que os homens, na contemporaneidade, elas são menos católicas que eles; isso porque migram mais para religiões alternativas. Como mostra o Mapa das Religiões 2011 da FGV, atualmente, entre os que declaram algum credo, 75,4% dos homens são católicos, contra 71,6% das mulheres. Em 1940 essa relação era de 95% e 96% respectivamente. Panorama da Religiosidade. In: Novo Mapa das Religiões/FGV, 2011. p. 21. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/religiao/>>. Acesso em 14/10/2014.

¹⁴⁹ Programa Mais Você com Ana Maria Braga exibido em 25/12/2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vQEZBrcy3NQ>>. Acesso em 25/09/2014.

¹⁵⁰ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 14.

diversos recursos interativos e pouca comunicação escrita – com exceção de mensagens curtas típicas das redes sociais.

Na mídia, onde a religião manifesta sua prática estética¹⁵¹, outro aspecto que envolve a construção da imagem do padre Reginaldo está relacionado à ênfase do próprio padre em relação ao seu sucesso. Seu slogan “o padre que arrasta multidões” está em todos os seus canais de divulgação; constantemente são postadas fotos e vídeos das suas missas-show com a multidão de fiéis, bem como registros com fãs e de encontros cotidianos com personalidades e artistas, em caráter de auto-promoção. Afinal, a “ênfase na natureza estético-visual da experiência” reforça e garante a identificação do fiel com a imagem do sacerdote, e serve como estratégia para fidelizar e angariar seguidores¹⁵².

Contudo, como salienta Mara Einstein, os meios pelos quais os líderes religiosos se comunicam com seu público vão além da publicidade: “a ‘construção de si mesmo’ religiosa tem sido tradicionalmente uma forma de comunicação e atualmente está cada vez mais perpassada pela tecnologia da mídia”¹⁵³. Sendo assim, observa-se que a imagem do padre está sempre acompanhada de símbolos sagrados para o catolicismo, da mesma forma que ele sempre carrega em suas vestimentas, mesmo em eventos informais, aspectos que remetem ao seu sacerdócio, como o uso do colarinho. Ressaltando assim, a importância da figura sagrada do sacerdote enquanto mediador da fé, e dos símbolos do sacramento católico. Essa característica pode ser observada fortemente em suas publicações, tanto nas mensagens por correio eletrônico, redes sociais, capas de CDs e DVDs, etc.

Tem-se, portanto, que o conjunto de ações comunicacionais do padre Reginaldo na Internet, exposto nesse trabalho, representa claramente não apenas a modernização que o ambiente virtual impõe sobre as práticas religiosas tradicionais¹⁵⁴, como simboliza uma releitura, exigida pelo ciberespaço, da ambiência do sagrado, que passa do espaço físico à consagração do virtual. Além do que a interação de milhares de pessoas com as práticas religiosas virtuais do padre denota

¹⁵¹ HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 52.

¹⁵² MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado**..., p. 124.

¹⁵³ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 19.

¹⁵⁴ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

também a enorme demanda do próprio público de fiéis por experiências religiosas na Internet¹⁵⁵.

Contudo, observa-se que essa riqueza de experiências religiosas eletrônicas propiciadas pelo padre Reginaldo, segue permeada de diversos contornos específicos relacionados às práticas religiosas *online*, analisados no capítulo a seguir.

¹⁵⁵ Entrevista com Moisés Sbardelotto autor do livro *E o Verbo se fez Bit – A comunicação e a experiência religiosas na internet*. Disponível em: <<http://editorasantuario.wordpress.com/2012/11/09/entrevista-com-mois-es-sbardelotto-autor-do-livro-e-o-verbo-se-fez-bit-a-comunicacao-e-a-experiencia-religiosas-na-internet/>>. Acesso em 20/10/2104.

CAPÍTULO 3 – ASPECTOS DAS PRÁTICAS VIRTUALIZADAS DE EVANGELIZAÇÃO DO PADRE REGINALDO

A análise do ministério comunicacional do padre Reginaldo na Internet leva a algumas reflexões próprias da inter-relação entre religião e mídia virtual. É inegável que a cibercultura permitiu uma nova vivência da religiosidade. E, como se observa nas práticas evangelizadoras do padre Manzotti, os recursos por ele utilizados unem ferramentas de vários outros meios de comunicação; trata-se de uma “linguagem hipermidiática”, pois se utilizam, em um mesmo ambiente e momento, textos, sons, vídeos e imagens – ferramentas que amplificam as formas tidas até então como tradicionais na evangelização católica¹⁵⁶. Ao acompanhar a evolução da tecnologia da comunicação, o sacerdote acaba por se sujeitar aos desafios e às oportunidades que a nova era virtual oferece à evangelização no ciberespaço¹⁵⁷.

3.1 POTENCIALIDADES DO MINISTÉRIO *ONLINE* DO PADRE

Possivelmente a principal característica da religiosidade no ambiente virtual esteja vinculada às novas formas de se lidar com o tempo e com o espaço¹⁵⁸. Através das diversas redes sociais nas quais o padre Manzotti atua, o acesso aos seus muitos recursos digitais pode ser simultâneo e dentro de um mesmo ambiente. A página do sacerdote na Internet traz a comodidade e as possibilidades de uma igreja eletrônica à velocidade de apenas alguns *clicks*. Como reconhece o Vaticano, a Internet oferece aos indivíduos “um acesso directo e imediato a importantes recursos religiosos e espirituais”¹⁵⁹. Os fiéis, especialmente aqueles de grandes aglomerados urbanos, a exemplo de Curitiba, são atraídos pelo conforto e praticidade da experiência religiosa *online*, que pode ser vivenciada a partir de

¹⁵⁶ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

¹⁵⁷ PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral**..., p. 70.

¹⁵⁸ Entrevista com Moisés Sbardelotto autor do livro *E o Verbo se fez Bit – A comunicação e a experiência religiosas na internet*. Disponível em:

<<http://editorasantuario.wordpress.com/2012/11/09/entrevista-com-mois-es-sbardelotto-autor-do-livro-e-o-verbo-se-fez-bit-a-comunicacao-e-a-experiencia-religiosas-na-internet/>>. Acesso em 20/10/2104.

¹⁵⁹ Igreja e Internet (28 de Fevereiro de 2002), op. cit., item 5.

qualquer local e horário, necessitando apenas de um computador com acesso à rede¹⁶⁰. Como o próprio padre expõe, a população moderna já não adapta mais seus horários em função do funcionamento tradicional das igrejas: “os horários das igrejas estão equivocados, abrem as nove e fecham as dezoito, o povo está no trabalho, o povo quer rezar depois do seu expediente de trabalho [...]”¹⁶¹.

“A mídia religiosa há muito tempo tem sido vista como concorrência para as instituições religiosas tradicionais por uma série de razões: ela é conveniente (você não precisa deixar sua casa para ver um sermão, ou uma telenovela sobre o assunto), ela permite escolha (você pode assistir um evangélico por um minuto e no instante seguinte entrar numa igreja virtual), ela proporciona anonimato (frequentar uma Igreja é uma forte declaração pública; assistir a uma televangelista não); ela é democratizada (acessível a todos)”¹⁶².

A comunicação religiosa no mundo virtual também permite uma linguagem simplificada, curta e dinâmica, a exemplo dos *tweets* diários publicados pelo padre Reginaldo, bem como mensagens de orações e releituras de trechos da Bíblia – afastando-se das leituras católicas tradicionais complexas, extensas e de mais difícil compreensão.

Além das facilidades de horário e acesso, observa-se a partir da atuação do padre Reginaldo Manzotti que as práticas virtualizadas da religião permitem uma interação direta e mais livre do fiel – a relação da religião com o público passa também para a relação do público com a religião; no ambiente *online*, o devoto se transforma de mero receptor para colaborador na construção da religiosidade. Sendo, no ciberespaço, essa troca muito mais intensa e frequente, que as possíveis e oferecidas nas práticas católicas presenciais – devido ao rigor dos rituais e discursos. Como afirma Mara Einstein: “[...] a televisão não é o meio ideal para apresentar [...] formas novas de prática espiritual. A Internet, por outro lado, é quase perfeita”¹⁶³. Exemplo dessa inter-relação são as muitas publicações do padre Reginaldo em redes sociais citadas anteriormente, como o Facebook, que alcançam milhares de participações entre comentários, curtidas e compartilhamentos. Essa multidão de devotos leva também à questão da amplitude de alcance que o padre Reginaldo obtém através da evangelização *online*. Em um país com crise nas

¹⁶⁰ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

¹⁶¹ Programa Mais Você com Ana Maria Braga exibido em 25/12/2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vQEZBrcy3NQ>>. Acesso em 25/09/2014.

¹⁶² EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 17-18.

¹⁶³ Idem, p. 25.

vocações sacerdotais, um único padre acessa um público de mais de 4 milhões de seguidores em uma única rede social da Internet.

Outro aspecto interessante das práticas virtuais do padre Manzotti está na apropriação que ele faz de elementos da prática popular, justamente daquelas que na manifestação presencial dispensam a intermediação de um sacerdote, como a crença em milagres e o culto aos santos: “a dinâmica desta religiosidade ‘dispensava’ a presença dos representantes oficiais da Igreja (os padres), gozando, assim de ampla liberdade”¹⁶⁴. Dessa forma, o comunicador consegue incorporar as práticas populares, evitando uma possível autonomia do fiel, ao mesmo passo em que reforça a figura do sacerdote como intermediador necessário ou mesmo indispensável à comunicação com o sagrado. Quando o padre em suas postagens no Facebook ou no Twitter convida os fiéis a rezarem e a pedirem por milagres, a essas publicações seguem centenas de comentários com depoimentos de devotos, registrando seus agradecimentos e pedidos individuais de milagres. Outro exemplo dessa assimilação de cultos populares pelo sacerdote está no Boletim Informativo Semanal do padre – descrito anteriormente nesse trabalho. Através da *newsletter* o padre Manzotti apropria-se da popular prática do culto aos santos que, desde o período da colonização, constitui uma das manifestações católicas mais tradicionais no Brasil¹⁶⁵, ligada à sua formação cultural-religiosa.

Através de publicações diárias nas redes sociais em homenagem a determinados santos do dia, ou aos mais conhecidos nacionalmente, ou ainda por meio de mensagens por e-mail no *newsletter*, o padre traduz para a linguagem virtual a familiaridade que os fiéis mantêm com seus santos e, no mundo digital, assume o papel de intermediário dessa crença e prática devocional. Contudo, no ciberespaço, o tradicional contato físico do fiel com seu santo é substituído pelo culto às imagens dos mesmos, que sempre acompanham as publicações do padre a esse respeito – especialmente nas redes sociais, mantendo assim a “materialização do sagrado”. Possivelmente, ao enfatizar o culto aos santos, o sacerdote também busque uma afirmação da identidade católica como forma de enfrentar a concorrência, também no ambiente *online*¹⁶⁶. Considerando-se que no Brasil, apesar de o culto aos santos servir como uma manifestação da “vitalidade do catolicismo”,

¹⁶⁴ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 20.

¹⁶⁵ Idem.

¹⁶⁶ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 162.

também funciona como um demarcador dentro do cristianismo entre os católicos, para os quais esse culto é legítimo, e os evangélicos, que “o condenam enquanto idolatria”¹⁶⁷.

Intermediando essas práticas populares, o padre Reginaldo também controla de certa forma a “relativa autonomia com respeito ao catolicismo institucional”. Tem-se, portanto, que apesar do impacto que o processo de romanização¹⁶⁸ causou sobre essa forma mais popular e independente da religiosidade católica no Brasil, as “concepções basilares do catolicismo popular tradicional” como o culto aos santos e a crença em milagres permaneceram presentes¹⁶⁹. Estudos recentes apontam as festas, as devoções aos santos, as romarias, por exemplo, como práticas bastante presentes na religiosidade popular e mantenedoras de uma certa autonomia em relação “ao clero e ao discurso oficial católico”¹⁷⁰.

3.2 REFLEXOS DA COMUNICAÇÃO RELIGIOSA VIRTUAL

A partir de análise de documentos da Igreja em torno da comunicação, verifica-se que, já a partir da década de 1970, a instituição reconhecia as conveniências da interação religiosa não presencial por meio dos meios de comunicação de massa: “os modernos meios de comunicação social dão ao homem de hoje novas possibilidades de confronto com a mensagem evangélica; permitem aos cristãos seguir, mesmo de longe, as cerimônias religiosas”¹⁷¹. Ainda assim, vale

¹⁶⁷ MENEZES, Renata. Santo Antônio no Rio de Janeiro: dimensões da santidade e da devoção. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 110.

¹⁶⁸ De acordo com Teixeira, a romanização “marcou o processo de instauração no Brasil de um ‘catolicismo universalista’, caracterizado pelo maior controle sobre os leigos e suas associações e de adequação do catolicismo brasileiro às diretrizes centralizadoras de Roma”. TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 21.

¹⁶⁹ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 21.

¹⁷⁰ MARIZ, Cecília Loreto, op. cit., cap. 4, p. 62-63

¹⁷¹ Instrução Pastoral *Communio et progressio* (23 de Maio de 1971). In: Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. Disponível em:

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html. Acesso em 07/07/2014. Capítulo 2, item 128.

ressaltar que a Igreja não reconhece as práticas religiosas virtuais, por exemplo, como substitutivas das presenciais¹⁷².

Contudo, atualmente, observa-se que essas práticas religiosas à distância, especialmente as virtuais, tem sido relacionadas ao declínio do número de fiéis nas celebrações católicas presenciais e encontros físicos de grupos de devotos. Como explica Alberto Moreira, um exemplo desse fenômeno estaria vinculado à divisão das comunidades religiosas em reais e virtuais, processo no qual “a comunidade virtual se afirma e a comunidade geográfica se redimensiona”. Todavia, na visão do autor, apesar de atualmente existir uma comunicação entre as duas, a tendência é que apenas as comunidades formadas no ciberespaço se mantenham vivas e se especializem¹⁷³. Do mesmo ponto de vista partilha Joana Puntel quando afirma que esse novo modo virtualizado de fazer religião pode estar afetando as comunidades presenciais e possivelmente ocasionando um deslocamento da religião para as comunidades midiáticas¹⁷⁴. Contudo, Karina Bellotti apresenta outro ponto de análise, de acordo com o qual, o mundo virtual não necessariamente substitui o “real”. A Internet, respeitadas as suas particularidades, deve ser vista “como mais uma ferramenta a ser incorporada a um repertório de meios de comunicação já utilizados por algumas religiões institucionais”. A autora menciona uma pesquisa realizada com jovens, adeptos religiosos, nos Estados Unidos, que aponta que os indivíduos que buscam a Internet “por razões espirituais” com uma frequência de ao menos três vezes por semana, igualmente tendem a participar presencialmente de forma mais ativa em sua religião, utilizando a Internet para “incrementar suas atividades religiosas ‘offline’, ao invés de substituí-las”. Bellotti ressalta ainda, que semelhante preocupação de “sobreposição do mundo ‘real’ pelo midiático”, surgiu também quando ascenderam outros veículos de massa potenciais para a evangelização, como o rádio e a televisão¹⁷⁵. Com base nessa última interpretação observa-se, a partir da pregação do Padre Reginaldo, que o comunicador adota no virtual e no *offline* uma relação de complementaridade e integração, na qual as práticas *online* reforçam as presenciais e vice-versa.

¹⁷² AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

¹⁷³ MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado**..., p. 123.

¹⁷⁴ PUNTEL, Joana T. **Catolicismo**..., p. 42.

¹⁷⁵ O projeto mencionado intitula-se “Pew Internet & American Life Project: CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online” de Elena Larsen. BELLOTTI, Karina K. **As Religiões**..., p. 133.

Apesar de a Internet oferecer uma amplitude de acesso a diversos públicos, em sua prática religiosa *online*, o padre Reginaldo depara-se com a falta de controle sobre os conteúdos religiosos e sobre a autonomia dos leigos:

“Do ponto de vista religioso, são sobretudo os leigos, ou seja, os não-teólogos e não-especialistas do sagrado, ainda que experts em informática e linguagem computacional, que tomam a iniciativa e configuram os novos espaços e modalidades de experiência do sagrado nos mundos virtuais”¹⁷⁶.

Apesar do desejo da Igreja em obter e controlar esse meio digital – por sua amplitude de alcance e fácil acessibilidade –, o ciberespaço também permitiu aos leigos criarem e manobram, autonomamente, novas experiências de fé e vivência com o sagrado:

“[...] o fator que mais se destaca nas pesquisas e reflexões acadêmicas sobre as relações entre Internet e religião apontam para a potencialização da autonomia individual religiosa, que se verifica na profusão de blogs, páginas pessoais, videologs; e também na iniciativa própria de evangelizar via-email, Twitter, Facebook e Orkut; [...]”¹⁷⁷.

Exemplo disso são as comunidades virtuais que se formam em torno da figura do padre Manzotti nas redes sociais, mas sem seu controle sobre as informações, como a “*Comunidade Padre Reginaldo Manzotti*”¹⁷⁸ no Facebook. Trata-se de um *fanpage* sem declaração de autoria. Criada em janeiro de 2013, atualmente possui mais de 30 mil curtidas, nela são postadas imagens, orações e mensagens em nome do padre e da Associação Evangelizar é Preciso. Outra comunidade também no Facebook que utiliza a imagem do padre chama-se “*Conselhos do Padre Reginaldo Manzotti – Notícias de personalidades*”¹⁷⁹. Criada em junho de 2013, com mais de 180 mil curtidas, a página alega reproduzir mensagens do padre Reginaldo, mas sem possuir vínculo com o mesmo. Nela, observa-se que grande parte das publicações divulgam eventos, feiras e produtos católicos nem sempre relacionados ao sacerdote. Bem como são compartilhadas várias publicações de um outro perfil do Facebook intitulado “Cidade da Fé” – que se trata de uma página com informações turísticas sobre a cidade de peregrinação de Aparecida/SP. Essas várias postagens de assuntos e origens diversos dão a

¹⁷⁶ MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado**..., p. 123.

¹⁷⁷ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões**..., p. 133.

¹⁷⁸ *Fanpage* “Comunidade Padre Reginaldo Manzotti” no Facebook. Acesso em: <<https://www.facebook.com/pages/Padre-Reginaldo-Manzotti/437348903004206?sk=timeline>>. Acesso em 19/10/2104.

¹⁷⁹ Comunidade “Conselhos do Padre Reginaldo Manzotti – Notícias de personalidades” no Facebook. Acesso em: <<https://www.facebook.com/conselhosdopadrereginaldomanzotti?fref=ts>>. Acesso em 19/10/2104.

impressão de que a imagem do padre Reginaldo é vinculada nesse perfil, com intuito de atrair a atenção de internautas e, ao mesmo tempo, legitimar ou dar credibilidade às postagens e ofertas que ali se encontram. Verifica-se, portanto, a forma através da qual no processo de midiatização religiosa o sacerdote comunicador, moldado pela mídia, perde nesse caminho o controle sobre sua imagem, mensagens e marcas”¹⁸⁰.

3.3 O COMÉRCIO RELIGIOSO *ONLINE* DO PADRE REGINALDO

A partir da análise das fontes, averigua-se que em torno da marca “Padre Reginaldo Manzotti” desenvolve-se um extenso comércio religioso. Sua página na Internet oferece um *link* de acesso à “loja virtual Evangelizar é Preciso”¹⁸¹ (ver figura 11). Lá, o fiel tem acesso a uma infinidade de produtos que somam 234 itens diferentes, com valores variantes entre R\$ 2,50 (chaveiros) e R\$ 120,00 reais (Bíblia Edição Luxo). O comércio é organizado por categorias como: Artigos Religiosos (que incluem terços simples ou vendidos em recipientes perfumados, escapulários, capelas em madeira, joias como cordões e colares com medalhas de santos e até mesmo um *kit* composto por óleo, água benta e sal); também são ofertados CDs e DVDs do padre; produtos na categoria “Espaço Crianças” que carregam a marca “Manzottinho” (como livros, revistas, roupas infantis, bonecos e medalhões de berço); sessão de Livraria e Papelaria (com livros do padre Reginaldo e de outros sacerdotes ascendentes na mídia – publicados pela editora Evangelizar é Preciso, inclusive Bíblias em diferentes modelos e cores (como uma na cor rosa e com fecho estilizado), além de cadernos, selos postais com a imagem do padre e a marca dos Correios, entre outros). Na Loja destacam-se também as seções *Presentes* (com chaveiros, canetas, canecas e copos personalizados com imagens do padre, de santos ou da Associação Evangelizar) e *Vestuário* (que inclui chinelos, camisetas e camisas também carregando as mesmas marcas e imagens dos Presentes). O devoto também pode adquirir *kits* formados a partir da combinação de produtos de

¹⁸⁰ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 13.

¹⁸¹ Loja Virtual Evangelizar é Preciso. Disponível em: <<http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/loja>>. Acesso em 18/10/2014.

diferentes categorias. Alguns produtos são promovidos especialmente com base em datas comemorativas como o Natal. Os compradores também podem contar com a comodidade do serviço de entrega dos produtos adquiridos na Loja, e os comerciantes com um canal para registro de revendedores.



FIGURA 11) LOJA VIRTUAL EVANGELIZAR É PRECISO – CONTENDO 234 ITENS.
FONTE: <HTTP://WWW.PADREREGINALDOMANZOTTI.ORG.BR/LOJA>. ACESSO EM 18/10/14.

Observa-se que também em seus produtos o padre Reginaldo apropria-se da imagem de santos e a utiliza para estampar diversos itens disponíveis na loja virtual. Renata Menezes aborda esse fenômeno da popularidade dos santos no comércio religioso: “os santos estão, assim, *fashion*: eles se fazem presentes no circuito da moda, em roupas, acessórios, objetos de decoração. Uma onda de oratórios, relicários, escapulários, terços, camisetas [...]”¹⁸².

¹⁸² MENEZES, Renata. Santo Antônio no Rio de Janeiro: dimensões da santidade e da devoção. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 110-111.

Também no portal virtual do padre Manzotti, o devoto tem acesso a mais um produto, que se trata da oferta de vagas em dezenas de caravanas – com objetivo de levar fiéis de várias partes do Brasil aos eventos do padre. Elas são organizadas a partir de estados como o Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Mato Grosso, entre outros. Essas caravanas também são divulgadas em redes sociais do sacerdote, programas de TV e rádio.

Essa intensa comercialização de produtos religiosos associados à fé remete às recomendações do Vaticano, que solicitam prudência nesse aspecto por seu caráter de incentivador do consumo:

“Um dos campos de investigação (da Igreja) diz respeito à hipótese de que a vasta gama de opções relativas aos produtos e serviços de consumo, disponíveis na Internet, pode ter um efeito excessivo sobre a religião e encorajar uma abordagem « consumista » no que se refere à fé. Os dados indicam que alguns utentes que visitam os *web sites* religiosos podem vir a encontrar-se numa espécie de liquidação, seleccionando e escolhendo elementos religiosos uniformizados que correspondam aos seus gostos pessoais”¹⁸³.

Também se observam outras ações monetárias no portal do padre, mas vinculadas diretamente à Associação Evangelizar é Preciso. Como, por exemplo, o Jornal do Evangelizador, que é publicado mensalmente, mas distribuído somente aos associados que contribuem com doações mensais à entidade. O fiel também pode doar capelinhas, como a “Capela de Jesus Misericordioso”, com valores que variam entre R\$ 100,00 e R\$ 2.000,00¹⁸⁴. Da mesma forma, através do *link* “Gerar Boleto de Contribuição”, o devoto é convidado a “colaborar da forma mais generosa possível” por meio de doações monetárias à Associação, através de boleto ou via Internet com cartão de crédito.

A questão do consumo religioso remete à ideia de materialismo, condenado publicamente pelo papa Bento XVI como uma “praga da sociedade moderna”¹⁸⁵. O comércio religioso praticado pelo padre Reginaldo – enquanto representante do catolicismo, explicita a participação da religião, especialmente a virtualizada, no fenômeno de consumo contemporâneo. O consumo moderno de massa vinculado à cultura material, apontado por Daniel Miller, contrapõe o envolvimento das religiões

¹⁸³ Igreja e Internet (28 de Fevereiro de 2002), op. cit., item 9.

¹⁸⁴ Disponível em: <http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/info_capelinha.html?ref=minibanner>. Acesso em 18/10/2014.

¹⁸⁵ Papa condena materialismo. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornalhoje/0,,MUL758961-16022,00-PAPA+CONDENA+MATERIALISMO.html>>. Acesso em 15/10/2014.

com o materialismo; relação na qual, conforme o autor, religiões como o hinduísmo e o budismo expressam mais fortemente o antimaterialismo quando comparadas ao cristianismo¹⁸⁶. Para Colleen McDannell, os cristãos precisam construir a religião em seu espaço, comprando imagens de devoção para suas casas e mantendo “lembranças especiais de sua fé acerca de seus corpos”. Para a autora, a interação contínua com imagens e objetos gera uma religiosidade particular. Contudo, nesse processo, por vezes, as fronteiras entre o sagrado e o profano não ficam claramente definidas como, por exemplo, quando objetos religiosos ao invés de caráter devocional passam a um elemento ornamental¹⁸⁷. Características claramente observadas em objetos vendidos pelo padre Manzotti, como o “medalhão de berço com estampas de santos”. Talvez tenha sido com base na percepção dessa necessidade de “afirmação de fé” do cristão a partir do material, que o padre Reginaldo tenha atentado para a criação em seu portal, por exemplo, de uma loja virtual de produtos religiosos, bem como montado uma estrutura *online* para a organização de dezenas de caravanas para locais de peregrinação e adoração.

Ao tratar do materialismo especificamente católico, Robert Orsi atenta para a “fé materializada” do catolicismo que, segundo ele, trata-se de uma cultura religiosa a qual oferece muitas possibilidades materiais, exploradoras dos sentidos¹⁸⁸. Fato que pôde ser percebido tanto no ministério *online* do padre Reginaldo – analisado neste trabalho –, como através da venda dos seus produtos. Por meio da evangelização digital, se observa que o padre faz uso intenso de recursos audiovisuais como música, vídeos e imagens, bem como substitui o contato físico dos fiéis com suas imagens sagradas reais, pela “adoração virtualizada”. Mas é através da oferta dos seus produtos, por meio da exploração estética e a mescla de sensações (como, por exemplo, o “terço perfumado na rosa”, a bíblia estilizada, ou mesmo a venda de água benta), que o sacerdote funde o símbolo e o significado do sagrado com o consumo profano, e este último passa então a integrar um “comércio

¹⁸⁶ MILLER, Daniel. Consumo Como Cultura Material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832007000200003&script=sci_arttext>. Acesso em 10/10/2014.

¹⁸⁷ MCDANNELL, Colleen. *Material Christianity*. In: *Material History of American Religion Project* (tradução livre). Disponível em: <<http://www.materialreligion.org/journal/material.html>>. Acesso em 25/10/2014.

¹⁸⁸ ORSI, Robert. *The material world of Catholic childhood*. In: *Material History of American Religion Project* (tradução livre). Disponível em: <<http://www.materialreligion.org/journal/children.html>>. Acesso em 25/10/2014.

santificado” – legítimo pela imagem de um sacerdote e pela sacralização do ambiente virtual.

3.3.1 Vinculação da Marca Padre Reginaldo com a Associação Evangelizar É Preciso

A Associação Evangelizar é Preciso idealizada pelo padre em 2005, conta com o apoio da arquidiocese de Curitiba e objetiva a evangelização através dos meios de comunicação. De acordo com informações do *síte* do padre Reginaldo, através do setor “Expansão” da instituição (rádio e TV Evangelizar é Preciso), criado em 2007, são firmadas parcerias e garantidas as retransmissões ao vivo dos programas radiofônicos e televisivos do padre Reginaldo Manzotti. O setor “Comercial Evangelizar é Preciso”, é responsável por comercializar os inúmeros “produtos destinados à evangelização” com a marca da instituição. De acordo com o *release* da organização, os produtos Evangelizar é Preciso “são desenvolvidos a partir de pesquisas de mercado”¹⁸⁹.

Analisa-se que, quando se trata da vinculação da imagem e da marca *Padre Reginaldo Manzotti* à imagem da Associação enquanto entidade social, no sentido de uma obra de evangelização sem fins lucrativos ou interesses políticos, a parceria é bem definida e divulgada. Em suas redes sociais e em seu portal na Internet, o padre Reginaldo deixa claro que não cobra cachê, apenas aceita caridade por suas participações em eventos católicos; sendo que todas as rendas obtidas são revertidas à associação. No perfil da Associação no Facebook também são descritos seus trabalhos sociais de auxílio a comunidades carentes:

“Com sede em Curitiba, a Obra presta assistência social às comunidades e instituições carentes de Curitiba e Região Metropolitana oferecendo atendimento gratuito nas áreas de direito, psicologia e nutrição, realizando palestras educativas e ações sociais em hospitais, asilos, creches, orfanatos e regiões sem infraestrutura, onde seus voluntários também prestam apoio espiritual e atendem necessidades locais, doando roupas, mantimentos e produtos de limpeza e higiene pessoal”¹⁹⁰.

Verifica-se por fim, que essa vinculação da marca *Evangelizar é Preciso* – uma obra de caráter também beneficente –, com produtos e programas da própria

¹⁸⁹ Página oficial do Padre Reginaldo Manzotti na Internet, op. cit.

¹⁹⁰ Perfil da Associação Evangelizar é Preciso no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evangelizarepreciso/info>>. Acesso em 20/08/2014.

associação e também do Padre Reginaldo Manzotti, pode estar relacionada a uma ação mercadológica: o marketing de causa-relacionada. Também conhecido como “responsabilidade social corporativa ou ainda filantropia corporativa”, Mara Einstein define como uma “tentativa de amarrar uma instituição de caridade a um produto para gerar vendas para o produtor e fundos para a caridade”. Em um comparativo com os Estados Unidos, por exemplo, a autora aponta que em mercados emergentes como o Brasil, os consumidores tem maior propensão que os americanos em comprar e divulgar marcas que apoiam causas tidas como nobres¹⁹¹.

3.4 A TRANSFORMAÇÃO DA RELIGIOSIDADE NO ESPAÇO VIRTUAL

No Brasil a religião está presente na Web de forma cada vez mais intensa e expansiva¹⁹², não só o catolicismo como diversas outras religiões concorrentes. Nesse cenário, as mensagens religiosas são transmitidas no intento de atingir, além dos adeptos já cativos, o público de fiéis potenciais¹⁹³. De forma geral, observa-se que o padre Reginaldo segue esse direcionamento, inovando em muitas práticas virtualizadas e, ao mesmo tempo, buscando manter no ciberespaço ritos e práticas religiosas tradicionais do catolicismo¹⁹⁴.

Analisa-se que no espaço digital a utilização de novos recursos permitiu uma reconfiguração das práticas religiosas habituais do catolicismo, ou seja, alteram-se as formas tradicionais dos rituais religiosos para novas práticas da fé. Trata-se de uma “destraditionalização”¹⁹⁵ do campo religioso:

“A ‘releitura’ ou re-representação das religiões nos ambientes e mundos virtuais, por exemplo de conteúdos, formas, ritos e doutrinas [...] ainda que pretendam ser apenas um ‘complemento’ ou uma ‘continuação’ da prática usual nas igrejas e templos físicos, [...] vai levar a um refazimento e desenvolvimento ulterior das religiões”¹⁹⁶.

Observa-se que atualmente, as religiões tradicionais coexistem com uma realidade de diversidade religiosa e de crenças, sendo que nesse espaço, de forma

¹⁹¹ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 30.

¹⁹² PUNTEL, Joana T. **Cultura...**, p. 141.

¹⁹³ SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 158.

¹⁹⁴ MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado...**, p. 124.

¹⁹⁵ TEIXEIRA, Faustino. **Faces...**, p. 18.

¹⁹⁶ MOREIRA, Alberto da S. **O Sagrado...**, p. 123.

geral, os indivíduos já não se atêm de forma tão intensa a doutrinas e tradições¹⁹⁷. A globalização altera o quadro religioso das diferentes camadas da sociedade, o qual adquire uma tendência de pluralização e de ameaça às religiões tradicionalmente dominantes¹⁹⁸. É nesse contexto que o catolicismo oficial depara-se com um processo de declínio, frente a uma sociedade caminhando para a secularização, processo em que as religiões “são menos normativas para o conjunto da sociedade”¹⁹⁹. Além do que, como menciona Faustino Teixeira (2009), o público confia cada vez menos na religião e em suas autoridades institucionalizadas. Da fragilização dessa estrutura religiosa tradicional, decorre uma metamorfose do religioso em uma diversidade de outras formas de expressão:

“No campo aberto do ‘pluralismo da oferta religiosa’ encontra-se um sujeito que se liberta do modelo único de exercício da tradição, vive uma experiência de autonomia que lhe possibilita escolher livremente a forma de sua adesão, seja na forma religiosa de convertido, de peregrino ou mesmo sem religião”²⁰⁰.

Além da destradicionalização, trata-se de um fenômeno de desinstitucionalização religiosa. Os indivíduos possuem liberdade e autonomia em suas ações espirituais e religiosas²⁰¹, especialmente no mundo digital. E é nesse contexto, que o padre Reginaldo expande as práticas do catolicismo tradicional, incluindo “movimentos, imagens e práticas menos formais e mais populares”²⁰², adequando-as a um novo espaço da religiosidade, o mundo virtual.

¹⁹⁷ HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 54.

¹⁹⁸ MARIZ, Cecília Loreto, op. cit., cap. 4, p. 53.

¹⁹⁹ RUMSTAIN, Ariana. ALMEIDA, Ronaldo de, op. cit., p. 52.

²⁰⁰ TEIXEIRA, Faustino. **A conjuntura...**, p. 162.

²⁰¹ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 133.

²⁰² PAPA PAULO VI. Decreto, cap. 1, item 22.

²⁰² HOOVER, Stewart M., op. cit., p. 54.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho de pesquisa buscou expor as complexas e dinâmicas relações entre mídia e religião católica, bem como analisar as diferentes formas de religiosidade daí derivadas, também enquanto manifestações histórico-culturais. A diversidade de práticas religiosas decorrentes do acelerado avanço tecnológico e das mídias digitais nas últimas duas décadas, somado à crescente democratização de acessos a esses recursos²⁰³ – em um país com cerca de 125 milhões de adeptos²⁰⁴ –, fornece uma dimensão da amplitude desse campo de estudo. Também a expansão comunicacional religiosa, enquanto reflexo de uma relação histórico-evolutiva, entre catolicismo e mídia de massa, ilustra a adaptação da religião às novas sociedades. No presente, percebe-se, portanto, a inegável necessidade de integração da Igreja com a atual cultura de uma sociedade midiaticizada, e também como estratégia de enfrentamento em um cenário religioso competitivo como o brasileiro: “a vitalidade do catolicismo no sentido de arregimentar pessoas deve-se [...] mais à sua semelhança com os evangélicos no que diz respeito a uma religiosidade [...] mais de massa e midiática”²⁰⁵. Entretanto, analisa-se que ao mesmo tempo em que as organizações religiosas condicionam sua perpetuação enquanto participantes do ambiente midiático, elas tornam-se sujeitas à perda de controle sobre a representação e apropriação de suas narrativas²⁰⁶. Observa-se ainda, que com o intuito de legitimar esse aparato de comunicação, até então secular, as religiões cristãs ressignificam a mídia através do discurso tradicional da Grande Comissão que Jesus Cristo teria atribuído aos apóstolos²⁰⁷ - “‘Ide e Pregai a todos os povos’; usar os meios de comunicação modernos seria continuar a tradição instituída por Cristo [...] os meios são neutros e, não, mundanos. O seu uso pode ser santificado se feito com o propósito de levar os ensinamentos divinos”²⁰⁸. Fato que ocorre igualmente no ambiente virtual.

²⁰³ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

²⁰⁴ TEIXEIRA, Faustino. **A conjuntura...**, p. 162.

²⁰⁵ RUMSTAIN, Ariana. ALMEIDA, Ronaldo de, op. cit., p. 54.

²⁰⁶ EINSTEIN, Mara, op. cit., p. 30.

²⁰⁷ Referência a Marcos 16 : 15 - “E disse-lhes: Ide por todo o mundo e pregai o evangelho a toda criatura.” BÍBLIA Versão Almeida Revista e Atualizada. Disponível em: <http://www.sbb.org.br/interna.asp?arealD=71>. Acesso 20/11/2014.

²⁰⁸ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 133-134.

No Brasil, observa-se que a religião está presente na Web de forma cada vez mais intensa e expansiva²⁰⁹. Esse investimento midiático católico decorre de um incentivo direto do Vaticano, aliado a movimentos de reação do catolicismo nacional. Contudo, os documentos da Igreja analisados nessa pesquisa revelam conflitos internos a respeito da ética católica no uso da mídia de massa, especialmente na evangelização. Haja vista o exemplo do grande ícone do catolicismo midiático, padre Marcelo Rossi, que recentemente foi declarado pela imprensa ter sido alvo de investigações do Vaticano, por cerca de dez anos, em decorrência de suas práticas inovadoras de evangelização; com acusações como culto ao personalismo, exibicionismo e desvirtuamento das práticas católicas²¹⁰. Vale ressaltar que o padre Marcelo já havia sofrido “represálias” durante a visita do papa Bento XVI ao Brasil – tido como conservador na “preservação do patrimônio tradicional da Igreja Católico-romana”²¹¹ –, ao não receber permissão do episcopado para visitar o pontífice, tampouco se aproximar dele nas grandes celebrações²¹².

Apesar das divergências a respeito da mídia religiosa no interior da Igreja não terem sido o tema central desse trabalho, sua abordagem remete a outras questões bastante pertinentes aos estudos contemporâneos da religião, no que se refere, por exemplo, aos novos rumos da Igreja guiados pelo papa Francisco I – principalmente relacionado ao posicionamento da instituição a respeito da evangelização midiaticizada; bem como a postura específica na Igreja no Brasil, a partir da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Essas questões estão enquadradas em um novo panorama do catolicismo no mundo que, além da crise externa enfrentada pela instituição a partir do processo de secularização da sociedade moderna, e no Brasil a partir da pluralização religiosa, expõe as suas diferenças internas e a relativa independência das igrejas particulares, levando a reflexões a respeito da centralidade da autoridade religiosa sobre as várias ações e manifestações católicas ao redor do mundo.

Inserido neste contexto, o conjunto de ações comunicacionais do padre Reginaldo na Internet, representa claramente a autonomia tanto do sacerdote como

²⁰⁹ PUNTEL, Joana T. **Cultura...**, p. 141.

²¹⁰ FELTRIN, Ricardo. Vaticano investigou padre Marcelo Rossi por quase 10 anos. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1525160-vaticano-investigou-padre-marcelo-rossi-por-quase-10-anos.shtml?cmpid=%22facefolha%22>. Acesso em 15/10/2014.

²¹¹ TEIXEIRA, Faustino. **A conjuntura...**, p. 176.

²¹² SOUZA, André Ricardo de. **Igreja...**, p. 156-174.

dos fiéis em relação à religiosidade; da mesma forma que expõe a modernização que o ambiente virtual impõe sobre as práticas religiosas tidas como tradicionais²¹³. Afinal, “a religião que nasce no ambiente online é vivenciada, praticada e experienciada por meio de novas temporalidades, novas espacialidades, novas materialidades, novas discursividades e novas ritualidades marcadas pelos protocolos e processualidades da Internet”²¹⁴. Uma reconfiguração da prática religiosa resultante: da autonomia dos fiéis²¹⁵, da apropriação de práticas populares pelo próprio sacerdote, e da inserção de diversos aspectos estéticos e hipermediáticos a essas práticas. Igualmente, as práticas do padre Reginaldo Manzotti revelam uma releitura, exigida pelo ciberespaço, da ambiência do sagrado, que passa do espaço físico à consagração do virtual. Dessa forma, o sacerdote arrasta para a Web sua pregação, práticas e crenças do mundo “real”, estreitando o relacionamento com seus fiéis através de novos canais, que apresentam fácil acessibilidade, permitem maior interação e participação do indivíduo na religião, e abrem espaço para uma religiosidade personalizada – mediada e associada à figura do comunicador. Em outro aspecto, observa-se que seu comércio religioso *online* atenua a fronteira entre o sagrado e o profano e, como exemplificam os produtos e ações ligadas ao padre na Internet, os dois conceitos tidos como opostos perdem sua delimitação e passam a entrelaçar-se no ciberespaço. Como cita Alberto Moreira, “a presença cada vez mais prolongada dos indivíduos em ambientes virtuais e a própria dinâmica de progressiva virtualização da experiência colocam questões novas e inusitadas também para as ciências da religião”²¹⁶.

Por fim, esse estudo abre caminho para outras questões de pesquisa relacionadas à evangelização midiática e ao padre Reginaldo, como o impacto das práticas do sacerdote especificamente sobre o público católico de Curitiba e região, inclusive no que se refere à discussão da religiosidade virtual como substitutiva da presencial. Como também uma investigação com os adeptos do padre comunicador a respeito do fenômeno da autonomia religiosa dos fiéis, que passam a adotar uma postura menos passiva em relação à religião.

²¹³ AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina, op. cit., p. 106-122.

²¹⁴ SBARDELOTTO, Moisés, op. cit.

²¹⁵ BELLOTTI, Karina K. **As Religiões...**, p. 130.

²¹⁶ MOREIRA, Aberto da S. O Sagrado nos Mundos Virtuais. In: MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 113.

REFERÊNCIAS

BELLOTTI, Karina K. As Religiões Tradicionais e a Internet. In: MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012.

BÍBLIA Versão Almeida Revista e Atualizada. Disponível em: <http://www.sbb.org.br>. Acesso 20/11/2014.

BORELLI, Silvia H. S.; FREIRE FILHO, João (Orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educa, 2008.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da Mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

CAMURÇA, Marcelo A. A realidade das religiões no Brasil no Censo do IBGE-2000. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006. cap.2, p. 35-51.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. São Paulo: Idéias & Letras, 2011.

CARRANZA, Brenda. Catolicismo Midiático. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006. cap.5, p. 69.

CARRAZA, Brenda. Catolicismo Midiático. In: TEIXEIRA, Faustino & MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006, p. 74.

CARRANZA, Brenda. **Continuum criativo**: catolicismo midiático. Mimeo, 2005.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

FIGUEIREDO FILHO, Waldemar. **Entre o palanque e o púlpito**: mídia, religião e política. São Paulo: Annablume, 2005.

HOOVER, Stewart M. A Mídia e suas Linguagens Religiosas (tradução: Alberto da S. Moreira e Aurélia S. Borsato). In: MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 47-56.

KATER FILHO, A. M. **O marketing aplicado à Igreja Católica**. 2.ed. São Paulo: Loyola, 1996.

MARIZ, Cecília Loreto. Catolicismo no Brasil contemporâneo: reavivamento e diversidade. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **As Religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006. cap.4, p. 53-68.

MARIZ, Cecília L. LOPES, Paulo Vitor L.. O reavivamento católico no Brasil e o caso da Toca de Assis. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MENEZES, Renata. Santo Antônio no Rio de Janeiro: dimensões da santidade e da devoção. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MIRANDA, M.E **Um Catolicismo Desafiado: igreja e pluralismo religioso no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1996.

MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012.

MOREIRA, Aberto da S. O Sagrado nos Mundos Virtuais. In: MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012.

ORO, Ari P. **Avanço Pentecostal e Reação Católica**. Petrópolis: Vozes, 1991.

OTTO, Rudolf. **O Sagrado: os aspectos irracionais na noção do divino e sua relação com o racional**. São Leopoldo: Sinodal/EST; Petrópolis: Vozes, 2007.

PUNTEL, Joana T. Catolicismo e Mídia no Brasil. In: MOREIRA, Aberto da S.; LEMOS, Carolina T.; QUADROS, Eduardo de G. (organizadores). **A Religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: América, 2012. p. 33-46.

PUNTEL, Joana T. **Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2008.

PUNTEL, Joana T., CORAZZA, Helena. **Pastoral da Comunicação: diálogo entre fé e cultura**. São Paulo: Paulinas, 2007.

REZENDE, Elaine. **Marketing Pentecostal: inovação e inspiração para conquistar o Brasil**. Revista de Estudos da Religião junho/2010.

RUMSTAIN, Ariana. ALMEIDA, Ronaldo de. Os Católicos no Trânsito Religioso. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SANCHIS, Pierre. Perspectivas antropológicas sobre o catotolicismo. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2005.

TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TEIXEIRA, Faustino. A conjuntura internacional católica: a relação com as religiões. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TEIXEIRA, Faustino. Faces do Catolicismo Brasileiro Contemporâneo. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). **Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

Dossiê: Religião e sociedade: o espaço do sagrado no século XXI. Revista História: **Questões e Debates**, nº 43 – 2005

Dossiê - Religiões: história, política e cultura na era contemporânea. Revista História: **Questões e Debates**, nº 55 – 2011

AOKI, Cintia. MACHADO, Fátima Regina. Acesso ao Divino: a utilização de recursos digitais para práticas religiosas católicas. REVER: **Revista de Estudos da Religião**. Sep2010, Vol. 10, p106-122. Disponível em: http://revistas.pucsp.br/rever/rv3_2010/i_aoki.htm. Acesso 02/06/2014.

FELTRIN, Ricardo. Vaticano investigou padre Marcelo Rossi por quase 10 anos. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1525160-vaticano-investigou-padre-marcelo-rossi-por-quase-10-anos.shtml?cmpid=%22facefolha%22>. Acesso em 15/10/2014.

FRANCISCO, Adilson José. Testemunhos de Fé: Mídia e Transformações Religiosas Contemporâneas. In: **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300939137_ARQUIVO_TESTE_MUNHOSMIDIATICOS-AnPuhADILSON.pdf. Acesso em: 05/05/2014.

MARQUES, Luís Henrique. Marketing Católico: resposta a concorrência pentecostal. **Comunicação & Educação**, São Paulo, (20), p. 39-46, jan./abr. 2001. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/viewFile/36957/39679>. Acesso em: 15/04/2014.

MILLER, Daniel. Consumo Como Cultura Material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832007000200003&script=sci_arttext. Acesso em 10/10/2014.

PAPA BENEDICTUS XVI. Joseph Ratzinger. 19.IV.2005 - 28.II.2013. In: **O Santo Padre**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/index_po.htm. Acesso em 20/05/2014.

PAPA BENTO XVI. *Sacramentum Caritatis*: Exortação Apostólica Pós-Sinodal sobre a Eucaristia fonte e ápice da vida e da missão da Igreja (22 de fevereiro de 2007). In: **Exortações Apostólicas**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/apost_exhortations/index_po.htm. Acesso em 20/05/2014.

PAPA JOÃO PAULO II. Carta Encíclica *Redemptoris Missio* (7 de Dezembro de 1990). In: **Encíclicas**. Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html. Acesso em 02/07/2014.

PAPA JOÃO PAULO II. *Ecclesia in America* (22 de janeiro de 1999). In: **Exortações Apostólicas**. Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_exhortations/documents/hf_jp-ii_exh_22011999_ecclesia-in-america_po.html. Acesso em 30/04/2014.

PAPA JOÃO PAULO II. Mensagem do papa João Paulo II para o 23º dia mundial das comunicações sociais (7 de Maio de 1989). Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011989_world-communications-day_po.html. Acesso em 30/04/2014.

PAPA JOÃO PAULO II. Mensagem do papa João Paulo II para a celebração do 33º dia mundial das comunicações sociais (16 de Maio de 1999). Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011999_world-communications-day_po.html. Acesso em 07/07/2014.

PAPA PAULO VI. Carta Apostólica "motu proprio" *In fructibus multis* com a qual é instituída a Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais (2 de Abril de 1964). Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/motu_proprio/documents/hf_p-vi_motu-proprio_19640402_in-fructibus-multis_it.html. Acesso em 17/05/2014.

PAPA PAULO VI. Decreto Conciliar *Inter Mirifica*: sobre os meios de comunicação social (4 de Dezembro de 1963). In: **Documentos do Concílio Vaticano II**. Disponível em:
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_04121963_inter-mirifica_po.html. Acesso em 16/05/2014.

PAPA PIO XII. Carta Encíclica: *Miranda Prorsus* (8 de Setembro de 1957). In: **Encíclicas**. Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/pius_xii/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus_po.html. Acesso em: 07/07/2014.

PAPA PIO XI. Carta Encíclica: *Vigilanti Cura* (29 de Junho de 1936). In: **Encíclicas**. Disponível em:
http://www.vatican.va/holy_father/pius_xi/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura_po.html. Acesso em: 30/06/2014.

SOUZA, André Ricardo de. As Investidas Católicas na Mídia. **Revista de Estudos da Religião**. Setembro/2008/pp.27-45. Disponível em:
http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_souza.pdf. Acesso em: 22/05/2014.

SOUZA, André Ricardo de. Igreja Católica e Mercados: a ambivalência entre a solidariedade e a competição. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, 27(1): 156-

174, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rs/v27n1/a07v27n1.pdf>. Acesso em: 15/04/2014.

Bíblia: versão Almeida Revista e Atualizada. Disponível em: <http://www.sbb.org.br/interna.asp?arealD=71>. Acesso 20/11/2014.

Ética na Internet (28 de fevereiro de 2002). In: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html. Acesso em 09/07/2014.

Ética nas comunicações sociais (4 de Junho de 2000). In: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_po.html. Acesso em: 08/07/2014.

História e perfil do pontifício conselho para as comunicações sociais. Disponível em <http://www.pccs.va/index.php/pt/proximo-de-nos/historia-do-pccs>. Acesso em: 17/05/2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010:** características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf. Acesso em 06/05/2014.

Igreja e Internet (28 de Fevereiro de 2002). In: Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html. Acesso em 07/07/2014.

Instrução Pastoral *Aetatis Novae*. In: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html. Acesso em 10/07/2014.

Instrução Pastoral *Communio et progressio* (23 de Maio de 1971). In: Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html. Acesso em 07/07/2014.

Página oficial do Padre Reginaldo Manzotti na Internet. Disponível em <http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/>. Acesso em 06/06/2014.

Perfil do Padre Reginaldo Manzotti no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti>. Acesso em 04/06/2014.

Radiomensagem *Qui arcano*, de 12 de fevereiro de 1931. In: **Discursos PIO XI**. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/pius_xi/speeches/documents/hf_p-xi_spe_19310212_radiomessage_it.html. Acesso em: 08/07/2014.